ASPIKOM @Press

BUKU LITERA

KOMUNIKASI BUDAYA, PARIWISATA DAN RELIGI

Kata Pengantar
Dr. Ido Prijana Hadi
(Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra Surabaya)

Editor :
Nurudin

KOMUNIKASI BUDAYA, PARIWISATA DAN RELIGI

Kata Pengantar
Dr. Ido Prijana Hadi
(Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Kristen Petra Surabaya)

Editor
Nurudin

Diterbitkan oleh :
ASPIKOM
Bekerjasama dengan :
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
Universitas Kristen Petra Surabaya
Universitas Muhammadiyah Malang
dan
Buku Litera

Komunikasi Budaya, Pariwisata dan Religi

Cetakan Pertama, Juni 2014
xx + 312 hlm. ; 15.5 x 23.5 cm
ISBN: 978-602-6751-05-8

Kata Pengantar
Dr. Ido Prijana Hadi
(Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra Surabaya)

Penulis
Hapsari Dwiningtyas Sulistyani,
I Dewa Ayu Hendrawathy Putri
Ali Nurdin
Bambang EdHar
Marsia Sumule Genggong
Taufik Suprihatini
Diandra Agin Zelika Putri
Anastasia Yuni Widyaningrum
Yuli Nugraheni
Rini Darmastuti
Djudjur Luciana Radjagukguk
Yayu Sriwartini
Zainuddin Muda Z. Monggilo
Titi Nur Vidyarini.
Suharsono
M. Najib Husain
Brigitta Revia
Andy Part List
Theresia Intan
Gregorius Genep Sukendro
Nanang Krisdinanto
Widayatmoko
Clarisa Hapi

Editor:
Nurudin

Proofreader:
Fajar Junaedi

Diterbitkan oleh:
ASPIKOM

bekerjasama dengan

Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
Universitas Kristen Petra Surabaya
Universitas Muhammadiyah Malang

dan

Buku Litera Yogyakarta
Minggiran MJ II/1378, RT 63/17
Suryodiningratan, Mantrijeron, Yogyakarta
Telp. 0274-388895, 08179407446
bukulitera@gmail.com

Kata Pengantar

Komunikasi Budaya, Religi dan Wisata

Dr. Ido Prijana Hadi
Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Kristen Petra Surabaya

Dunia sekarang ini dengan kemajuan teknologi (alat) komunikasi dan internet mewujud diri dalam tradisi atau bentuk komunikasi instan yang dekat dan global. Implikasinya, komunikasi antara individu dengan budaya yang berbeda sudah menjadi hal lumrah dalam keseharian masyarakat di era teknologi. Tuntutan kemampuan (kompetensi) berkomunikasi dan melakukan bisnis satu sama lain sangat penting, karena menjadi kebutuhan banyak orang dalam kehidupan sehari-hari.

Pelaku bisnis perlu berkomunikasi secara efektif dengan orang-orang dari budaya lain dalam rangka mencari kesepakatan bersama untuk kerjasama. Di sisi lain, dalam konteks Indonesia akhir tahun 2015 kita semua memasuki pasar bebas dalam Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Semua lini kehidupan bisa saling berbenturan ketika sesuatu yang baru mengubah "zona nyaman". Butuh komitmen, kompetensi, dan integritas bersama ketika hal baru yang bisa di luar dugaan mengubah kemapanan tadi, karenanya tugas kita bersama untuk menjaga dan mengembangkan sesuatu yang *indigenous* (membumi) dengan kearifan lokal agar punya *selling point* dalam masyarakat kita sendiri dan internasional.

Hasil karya para penulis dalam buku ini, sebagian besar mengekplorasi sesuatu yang *idigenous* terkait dengan situasi sosial (konteks). Sebagian besar warga mempunyai orientasi nilai budaya yang terarah ke kehidupan dalam peradaban dunia masa kini. Termasuk praktik-praktik warisan-warisan leluhur perlu dilestarikan dengan arif dan bijaksana, mengacu pada keadaan pikiran seseorang yang selektif dan aktif dalam memproses informasi yang dikumpulkan dari lingkungan sekitar mereka. Sembari mengakui dan menerima keadaan orang lain yang berbeda budaya, etnik, agama, pikiran dan sebagainya dalam masyarakat multietnik.

Inilah kiranya signifikansi dari buku ini, ditulis oleh para pakar berdasarkan hasil-hasil penelitian komunikasi budaya, religi dan pariwisata. Dimana pendekatan subjektif lebih potensial untuk meneliti orang dengan berbeda budaya, seperti dalam komunikasi antar budaya (kelompok unik, lesbian, gay, subkultur, dsb). Praktik-praktik Budaya didefinisikan sebagai sebuah sistem pemaknaan yang terdiri dari pola-pola tradisi, keyakinan, nilai-nilan, norma-norma, makna-makna, dan simbol-simbol yang melewati satu generasi ke generasi dan dikomunikasikan ke pelbagai level dengan cara berinteraksi diantara sesama anggota dari sebuah komunitas (Toomey and Chung, 2005: 28).

Dalam studi budaya setidaknya terdapat dua pendekatan (Gudykunst, 2003), yaitu pendekatan *emic* dan pendekatan *etic*. Pendekatan *emic* memfokuskan pada kajian budaya dari dalam, yaitu memahami budaya seperti yang dipahami oleh para anggota budaya. Sedangkan pendekatan *etic* memusatkan perhatian pada pemahaman budaya dari luar dengan membandingkannya melalui penggunaan karakteristik-karakteristik yang sudah ditetapkan sebelumnya.

Pendekatan *emic* lebih mengkaji interpretasi terhadap aktivitas-aktivitas simbolik dari para pelaku sosial (*social actors*). Sehingga bverusaha memahami alasan-alasan para pelaku terhadap tindakan sosial yang mereka lakukan, yaitu cara-cara para pelaku mengontrsuksikan kehidupan mereka dan makna yang mereka berikan kepada kehidupan sosial tersebut. Sedangkan *etic* lebih pada menguji seperangkat hubungan (*relationships*) yang berkaitan dengan perilaku manusia yang dapat digeneralisasikan.

Di sisi lain, terdapat pendekatan subjektif yang mengkaji komunikasi dalam tradisi pemikiran fenomenologi, dimana komunikasi dipahami sebagai pertukaran pengalaman pribadi melalui aktivitas dialog (Craig dalam Littlejohn, 2002:13-14). Artinya dalam studi fenomenologi berusaha melihat objek-objek dan peristiwa-peristiwa dari perspektif seseorang sebagai *perciever*, dimana sebuah sebuah fenomena adalah penampakan sebuah objek, peristiwa, atau kondisi dalam persepsi individu.

Inilah poin-poin utama yang bisa penulis sampaikan dari buku ini, khususnya bagi para pembaca dan peminat kajian komunikasi. Dihimpun dari para pemakalah dalam Konferensi Nasional Komunikasi (KNK) ASPIKOM, 3-5 Nopember 2015 di Surabaya. Harapannya adalah apa

yang disajikan dari para pakar komunikasi dalam berbagai tulisan dan perspektif bisa bermanfaat bagi kajian dan pengembangan komunikasi di Indonesia. Selamat membaca.

Salam Komunikasi

Dr. Ido Prijana Hadi

Fikom UK Petra

Daftar Pustaka

Gudykunst, William B (ed). (2003). *Cross-Cultural and Intercultural Communication*. California: SAGE

Littlejohn, Stephen W. (2002). *Theories of Human Communication*. 7^{th} ed. Belmont, California, Wadsworth Publishing Company.

Toomey, Stella Ting & Chung, Leeva C. (2005). *Understanding Intercultural Communication*. Oxford: Oxford University Press, Inc.

Pengantar Editor

Peran Komunikasi dalam Masyarakat Multikultur

Nurudin
Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Malang

Mengaitkan kata komunikasi budaya, pariwisata dan religi dalam sebuah bahasan tentu tidak mudah. Sebab, ketiganya mempunyai dasar pijakan yang berbeda dan itu menentukan bagaimana kata-kata itu dipahami. Komunikasi obyek formalnya jelas, yakni pesan, jika dikaitkan dengan budaya bisa berarti pesan-pesan yang berkaitan dengan budaya. Pariwisata lebih kompleks lagi. Membahas pariwisata tidak akan lepas dari sesuatu yang berhubungan dengan material, katakanlah keuntungan dengan dampak positif atau negatif. Dalam posisi ini dimensi materialisme jelas sangat kelihatan. Untuk apa menciptakan pariwisata kalau tidak berorientasi pada keuntungan, bukan? Sementara itu religi lebih berkaitan dengan unsur transendental yang berkebalikan maknanya dengan pariwisata. Bukanlah sudah terlihat kerumitan saat ditinjau dari kata-katanya saja?

Namun demikian, ketiganya bukan tak ada benang merah. Antara pariwisata dengan religi misalnya (meskipun bertolak belakang) sangat berkaitan dengan budaya. Pariwisata yang dikembangkan secara tidak manusiawi jelas akan merusak budaya, sementara itu religi berkaitan dengan tata cara dalam melakukan sebuah laku atau "ritual". Tata cara, laku, atau ritual ini tak lain bagian dari budaya.

Selanjutnya kita bertanya, bagaimana kedudukan komunikasi atau lebih tepatnya komunikasi budaya? Baik pariwisata maupun religi jelas membutuhkan komunikasi budaya. Dalam kajian ilmu komunikasi, masalah komunikasi budaya bisa dikaitkan dengan Komunikasi Antar Budaya dan Komunikasi Lintas Budaya. Dua istilah yang berbeda namun seringkali ditukar-tukar maknanya sehingga membingungkan.

Komunikasi Antar Budaya/KAB (*intercultural communication*) itu

menunjuk proses pertukaran pikiran dan makna dari orang-orang yang berbeda budaya. Sementara itu, Komunikasi Lintas Budaya/KLB (*cross cultural communication*) lebih menunjuk pada proses membandingkan fenomena komunikasi dalam budaya yang berbeda. Ketika terjadi komunikasi antara orang yang berbeda budaya, ini fenomena KAB. Sedangkan adanya perbedaan gaya komunikasi antara orang Indonesia dengan Eropa, masuk dalam wilayah kajian KLB.

Perbedaan antara KAB dan KLB tidak perlu kita persoalkan secara mendetail, keduanya tetap punya objek material sama yakni manusia yang berbudaya. Untuk lebih mudahnya sebut saja Komunikasi Budaya (KLB dan KAB bisa masuk dalam payung ini). Maka, baik pariwisata maupun religi tidak akan terpisahkan dengan KLB atau KAB, bukan? Lihat bagaimana perbedaan gaya komunikasi antara orang-orang yang berbeda budaya saat berkunjung di Bali (sebagai representasi tempat wisata). Bisa juga bagaimana komunikasi antara orang-orang yang berbeda saat mengunjungi candi Borobudur (sebagai representasi wisata religi). Semuanya adalah fenomena komunikasi budaya.

Dalam tulisannya berjudul "Memahami Sinkretisme Agama Melalui Komunikasi Tanda," Hapsari Dwiningtyas Sulistyani melihat bagaimana simbol tanda-tanda yang dilakukan tempat Pekerja Seks Komersial (PSK) "beroperasi" mencerminkan pesan-pesan komunikasi (budaya dan religi). Penulis menunjukkan PSK yang selama ini diasosiasikan sebagai tindakan "bejat", "manusia sampah" sebenarnya punya hubungan transendental dengan Tuhan.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana PSK, yang merupakan kelompok marginal, mengomunikasikan spiritualitas mereka melalui berbagai tanda yang tampak di sekitar lingkungan resosialisasi Sunan Kuning, Semarang. Teori *speech codes* menjadi dasar utama untuk melihat bagaimana komunitas resosialisasi memaknai agama melalui tindakan komunikasi dan tanda-tanda ritual.

Para PSK itu juga menyadari bahwa kehidupan mereka membuat mereka berada di luar wacana agama. Tetapi, mereka merasa masih memerlukan pemenuhan kebutuhan spiritualitas yang ditawarkan oleh agama. Maka, kondisi itu membuat mereka memaknai agama dengan cara mereka yaitu melalui sinkretisme dengan cara menggabungkan ajaran agama dominan, spiritualitas Jawa, dan kondisi kehidupan mereka sehari-hari. Tanda-tanda sinkretisme terlihat secara jelas di dalam

lingkungan sosial resosialisasi Sunan Kuning, Semarang.

Proses ritual dalam komunikasi dan kearifan lokal masyarakat di Pulau Bali ternyata membawa jasa besar dalam pelestarian air dan lingkungan ekologi di pulau dewata tersebut. I Dewa Ayu Hendrawathy Putri memaparkan hal tersebut dalam hasil penelitiannya berjudul Komunikasi Ritual dalam Kearifan Lokal Pelestarian "Subak" di Bali.

Kesantunan dalam komunikasi di era digital dan demokrasi pasca 1998 diungkapkan oleh Ali Nurdin dalam tulisannya berjudul Komunikasi Santun : Perspektif Etis dan Realistis. Kajian Ali Nurdin memberikan sumbangan penting mengenai bagaimana perspektif etis dan realistis mengenai komunikasi santun.

Dalam relasinya dengan komunikasi dengan budaya dan lokalitas yang menjadi kebhinekaan bangsa Indonesia, Bambang Edhar memberikan perspektif berdasar pengalaman dan bagaimana tantangan yang terjadi, melalui artikel berjudul Mewawas Makna Simbol Budaya (Dalam Pengalaman dan Tantangan).

Kaitannya dengan budaya, tulisan berjudul "Konstruksi Budaya Kohanu: Reproduksi Nilai Etika Komunikasi pada Masyarakat Suku Tolaki di Sulawesi Tenggara dari Marsia Sumule Genggong ikut melengkapinya. Ia meneliti Budaya Kohanu di Sulawesi Tenggara Tenggara memiliki seperangkat nilai-nilai filosofi budaya lokal. Budaya lokal itu terangkum dalam sekumpulan aturan adat yang disebut "Kalo Sara". Salah satu nilai yang terdapat dalam aturan adat tersebut yakni budaya Kohanu".

Budaya Kohanu (budaya malu) cermin pertahanan diri dari setiap pribadi masyarakat Tolaki. Budaya tersebut setiap saat, dimanapun berada, dan bertindak ataupun berinteraksi selalu dijaga, dipelihara dan dipertahankan. Ini bisa dibuktikan dengan sikap masyarakat Tolaki yang akan tersinggung dengan mudah jika dikatakan pemalas, penipu, pemabuk, penjudi dan miskin, dihina, ditindas dan sebagainya. Budaya Kohanu dapat dikatakan sebagai motivator setiap pribadi masyarakat Tolaki untuk selalu menjadi lebih kreatif, inovatif, dan terdorong untuk selalu meningkatkan sumber dayanya masing-masing untuk menjadi yang terdepan.

Kaitannya dengan komunikasi budaya, tulisan berjudul "Pendidikan Ala Masyarakat Samin" (Taufik Suprihatini), dan "Komunikasi Antar Budaya Etnis Tionghoa dan Etnis Madura Di Pasar Pabean Surabaya

Dalam Meminimalkan Konflik" (Diandra Agin Zelika Putri, Anastasia Yuni Widyaningrum, Yuli Nugraheni) ikut melengkapinya. Taufik Suprihartini melihat bagaimana komunikasi masyarakat Samin tentang pendidikan dan tulisan Diandra Agin Zelika Putri, Anastasia Yuni Widyaningrum, Yuli Nugraheni melihat komunikasi antar etnis Jawa-Tionghoa di Pasar Pabean Surabaya. Rini Darmastuti memperkaya ranah ini dengan tulisan berjudul Komunikasi Pendidikan dalam Konsep Kearifan Lokal Masyarakat Samin. Berdasarkan riset yang telah dilakukan, Djudjur Luciana Radjagukguk dan Yayu Sriwartini menyajikan tulisan berjudul Evaluasi Pembelajaran Karakter Bangsa dan Multikultural untuk Siswa Menengah Atas. Tentang bagaimana seharusnya peran media dalam komunikasi budaya dan lokalitas, Zainuddin Muda Z. Monggilo menyajikan tulisan berjudul Glokalisasi dan Peran Media Massa Indonesia dalam Pelestarian Budaya Nusantara. Terakhir pada ranah ini, Titi Nur Vidyarini menyajikan tulisan berjudul Sojourners' Adaptation Process: Communication Factors to Succeed

Kajian di atas menunjukkan bagaimana relasi antar etnis ikut memperkaya kajian tentang komunikasi budaya. Masyarakat Samin adalah masyarakat khas dengan pemaknaan sekolah secara sederhana. Pemahaman akan sekolah adalah belajar bertanam padi di sawah bagi anak laki-laki, dan belajar di rumah seperti menyapu, mencuci piring, mencuci pakaian dan memasak bagi anak perempuan.

Jawa-Tionghoa perlu ada negosiasi agar komunikasi budaya berjalan baik. Para pedagang di Pasar Pabean, melakukan kompromi dengan cara memahami bahasa satu sama lain serta menjalankan tradisi budaya. Ini menciptakan komunikasi efektif untuk mencapai tujuan. Jika komunikasi efektif, maka terciptalah hubungan harmonis diantara masyarakat majemuk. Tidak ada lagi hambatan-hambatan yang mengakibatkan hubungan tidak baik, bahkan interaksi dan komunikasi bisa berjalan dengan baik. Sehingga potensi konflik pun bisa diredam dan tidak timbul menjadi anarkis. Demikian juga relasi antar etnis ini juga berkelindan dengan relasinya dengan globalisasi dan lokalitas yang difasilitasi oleh media massa. Zainuddin Muda Z. Monggilo menawaran konsep konsep glokalisasi yang mengusung perpaduan antara nilai global dan lokal-nasional sebagai solusi yang dapat dilirik oleh media Indonesia agar bisa memberikan penekanan yang seimbang dan tidak berat sebelah. Walaupun terkesan terlalu ideal dan sulit dicapai, media

massa Indonesia diharapkan dapat melestarikan posisi dan perannya sebagai agen pelestari budaya nusantara yang jika tidak terlaksana dengan seharusnya dapat berakibat fatal pada hilangnya warisan budaya sendiri untuk generasi mendatang.

Berkaitan dengan pariwisata, tulisan Suharsono, "Komunikasi dan Pengembangan Pariwisata Berbasis Potensi dan Kearifan Lokal" mencoba menganalisis bagaimana pentingnya kearifan lokal dalam pengembangan pariwisata. Kearifan lokal yang dimaksud salah salah satunya adanya budaya lokal sebagai daya tarik wisatawan. Daya tarik makanan lokal ini juga diungkapkan oleh M. Najib Husain dalam tulisannya berjudul Strategi Komunikasi Makanan Lokal "Sinonggi" di Kota Kendari. Menariknya, berbeda dengan kedua tulisan tersebut, Brigitta Revia, Andy Part List dan Theresia Intan menyajikan tentang gaya hidup yang bergaya Barat dengan difasilitasi media sosial justru bisa menjadi potensi wisata kuliner Kota Surabaya untuk kalangan menengah ke atas. Brigitta Revia, Andy Part List dan Theresia Intan menuliskan penelitiannya dalam tulisan berjudul Mengkomunikasikan Gaya Hidup Melalui Foto Kuliner.

Berkaitan dengan budaya populer, simbol menjadi kajian yang menarik. Tato yang selama ini diasosiasikan negatif tumbuh berkembang dengan makna multiinterpretatif. Tulisan Gregorius Genep Sukendro mencoba melihat fenomena itu. Dalam tulisannya berjudul "Aku Bertato Maka Aku Ada (Kajian Media dan Budaya Pop)" ia menyimpulkan bahwa masyarakat sekarang mulai memahami tato sebagai simbol-simbol ekspresi seni dan sebagainya sehingga pemakaian tato lebih cenderung ke arah populer. Itu semua berawal dari pemberontakan terhadap stigma negatif. Dengan *counter culture* kemudian muncul perubahan dan variasi dalam kehidupan.

Tato sebagai *pop culture* mungkin muncul dari suatu subkultur yang melambangkan perspektif kemiripannya dengan *mainstream culture*. Berbagai hal yang berhubungan dengan *pop culture* sangat khas menarik spektrum yang lebih luas dalam masyarakat. Maka, budaya pop adalah gaya, ide, interpretasi, perspektif, dan sikap yang benar-benar berbeda dengan budaya arus utama (*mainstream culture*). Sehingga tato sebagai *pop culture* diistilahkan sebagai *anti-mainstream culture*. Nanang Krisdinanto melengkapi kajian tentang budaya populer mengenai bagaimana para produsen rokok menciptakan kedustaan melalui iklan

dalam tulisannya berjudul Menjual Rokok Melalui Kedustaan. Simbol dalam budaya populer berkelindan dengan perilaku masyarakat urban, sebagaimana yang dituturkan oleh Widayatmoko dan Clarisa Hapi dalam tulisan berjudul Gaya Hidup Urban Jakarta dan Budaya Populer (Studi Kasus *The Color Run* CIMB Niaga).

Buku ini memang hanya kumpulan tulisan. Oleh karena itu, kelemahan yang terasa adalah adanya pengulangan data atau "semrawutnya" hubungan tulisan satu sama lainnya. Namun demikian, setiap tulisan mempunyai nuansanya tersendiri dengan berbagai tujuan dan kepentinan tersendiri. Tidak mudah meramu unsur komunikasi budaya, pariwisata, dan religi dalam sebuah kajian. Kumpulan tulisan ini hanya sebuah ikhtiar untuk menyadarkan pada kita bahwa ada banyak hal yang masih perlu dilakukan untuk kemajuan dan keadaban bangsa yang muktikultur ini. Salah satu usaha konkrit dan cerdas itu adalah mendokumentasikan setiap pemikiran kalangan akademis agar bisa dipakai untuk bahan acuan para pengambil kebijakan dan pelajaran pada generasi selanjutnya. Di sinilah buku ini punya relevansi kuat dengan berbagai hal. Selamat membaca.

Malang - Surabaya, November 2015

Editor

Nurudin

Biodata Penulis dan Editor

Hapsari Dwiningtyas Sulistyani adalah dosen Jurusan Ilmu Komunikasi, FISIP, UNDIP. Penulis lahir di Banjarnegara, 23 Juli 1975. Penulis bergabung menjadi tenaga pengajar di Undip sejak tahun 1998. Mata kuliah yang diampu oleh penulis antara lain: Komunikasi Gender, Manajemen Pemasaran Sosial, Pengantar Ilmu Komunikasi, Komunikasi Kelompok, Human Relations, dan Media dan Isu-isu Minoritas. Pendidikan S1 dari penulis ditempuh di Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro, S2 di Communication and Cultural Studies, Curtin University of Technology, dan S3 di program pasca sarjana Ilmu Komunikasi, Universitas Indonesia. Fokus utama penelitian dan publikasi dari penulis adalah tema-tema yang berkaitan dengan bidang: media, budaya, dan gender.

Gregorius Genep Sukendro, dosen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara Jakarta. Awalnya, sempat menjadi wartawan di sebuah suratkabar nasional, namun akhirnya mengundurkan diri dari suratkabar tersebut karena diinstruksikan untuk meliput berita dengan tujuan menjatuhkan Gus Dur dari kursi kepresidenan. Belum puas di dunia jurnalistik, Gregorius Genep Sukendro sempat pula merambah dunia iklan sebagai *copy writer*, editor majalah periklanan dan sebagai *strategic planner*. Bersama beberapa teman yang meminati dunia grafis, mendirikan Grafisosial, dan menjadi salah satu ketuanya. Gregorius Genep Sukendro aktif pula membuat beberapa film pendek dan film dokumenter.

Marsia Sumule Genggong, lahir di Kendari pada 4 Maret 1976. Saat ini sebagai staf pengajar pada Jurusan Ilmu Komunikasi dan Jurnalistik FISIP Universitas Halu Oleo. Pendidikan S1 ilmu Komunikasi konsentrasi Jurnalistik di Universitas Hasanuddin Makassar pada tahun 1994-1999, lalu melanjutkan studi S2 Ilmu Komunikasi konsentrasi Komunikasi Massa di Universitas Hasanuddin tahun 2008-2010. Saat ini sedang menjabat sebagai Koordinator Unit Jaminan Mutu FISIP Universitas Halu Oleo.

Taufik Suprihartini, lahir di Semarang, 2 Maret 1953. Saat ini tercatat sebagai dosen di Jurusan Ilmu Komuniksi UNDIP Semarang. Penulis yang punya jabatan fungsional Lektor Kepala ini tinggal di Perum. BPI Blok G No. 1 Ngaliyan, Semarang.. Beberapa mata kuliah yang pernah dipegang antara lain; Komunikasi Budaya, Komunikasi dan Perubahan Sosial, Komunikasi Massa, Komunikasi Organisasi, Etika dan Filsafat Komunikasi.

Diandra Agin Zelika, mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Anastasia Yuni Widyaningrum, dosen tetap Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Widya Mandala Surabaya. Lulusan S1 Ilmu Komunikasi – Universitas Airlangga Surabaya pada tahun 2003 dan S2 Media dan Komunikasi – Universitas Airlangga Surabayapada tahun 2014.

Yuli Nugraheni, Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Lulusan S1 Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran Bandung pada tahun 1997 dan S2 Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia Jakarta pada tahun 2001.

Titi Nur Vidyarini, Titi Nur Vidyarini adalah pengajar di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra Surabaya. Vidya (panggilan akrab Titi) lahir dan besar di Surabaya, Jawa Timur. Dia menyelesaikan studi S1 di Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Airlangga Surabaya dengan fokus pada bidang Gender dan Komunikasi Lintas Budaya. Vidya menyelesaikan studi S2 dari Universitas Edith Cowan, Western Australia, pada tahun 2011. Thesisnya mengulas aktivitas *public relations* antar budaya yang dilakukan oleh asosiasi mahasiswa Indonesia, pada saat yang sama dia menjadi anggota *International Golden Key Honours Society*. Saat ini fokusnya adalah meneliti, menulis, dan mengajar bidang komunikasi lintas budaya dan komunikasi internasional, e-mail vidya@petra.ac.id

Suharsono, lahir di Lampung, 29 Nopember 1962. Saat ini tercatat sebagai staf pengajar di FIABIKOM Unika Atma Jaya, Jakarta. Mata kuliah yang diajar antara lain; Sosiologi, Sosiologi Komunikasi, Perilaku Organisasi, Pariwisata Indonesia dan SDM Pariwisata.

Zainuddin Muda Z. Monggilo, Saat ini tengah menempuh pendidikan pascasarjana di jurusan komunikasi dengan konsentrasi ilmu komunikasi dan media, Universitas Gadjah Mada Yogyakarta. Sebelumnya ia telah menamatkan pendidikan sarjana dengan predikat lulusan terbaik pada jurusan yang sama dengan konsentrasi kehumasan di Universitas Halu Oleo Kendari tahun 2013. Di samping keseriusannya terhadap capaian akademik, ia selalu berupaya melengkapinya dengan melibatkan diri secara aktif dan kontributif pada beragam kegiatan sosial dan akademis di sekitarnya. Kelak ia berharap dengan bekal ilmu, pengetahuan, dan keterampilan yang telah dan akan terus didalaminya dapat mengantarkannya menjadi seorang pengajar yang andal nan cakap di bidang komunikasi dan media. alamat email zainuddinmuda@gmail.com

Djudjur Luciana Radjagukguk, menyelesaikan pendidikan sarjana (S1) di Institut Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jakarta, Jurusan Ilmu Jurnalistik, tahun 1994. Tahun 2007, penulis melanjutkan Sekolah Pascasarjana di Institut Pertanian Bogor Jurusan Komunikasi Penyuluhan namun setahun kemudian melanjutkan Sekolah ke Pascasarjana Universitas Sahid Jakarta, memilih konsentrasi Manajemen Komunikasi Program Pascasarjana USAHID Jakarta. Saat ini penulis staf mengajar di Universitas Nasional, juga Dosen Luar Biasa di Universitas Veteran Pembagunan Jakarta (UPNJ) dan aktif dalam berbagai kegiatan.

Yayu Sriwartini, menyelesaikan pendidikan sarjana (S1) pada tahun 1999 dari Jurusan Manajemen Komunikasi Fikom Unpad Bandung. Sedangkan gelar master diperoleh dari Program Studi Ilmu Komunikasi Fisip Universitas Indonesia tahun 2003. Penulis, selain menjadi staf pengajar di Universitas Nasional, Jakarta, juga mengajar di beberapa universitas swasta di Jakarta, di antaranya Universitas Paramadina, Unversitas Negeri Jakarta dan UPN Veteran Jakarta. Selama ini mengampu mata kuliah Metode Penelitian Komunikasi, Komunikasi Massa, Teori Komunikasi dan pernah menjadi koordinator Mata Kuliah Komunikasi Antarpribadi. Penulis aktif dalam kegiatan diskusi, seminar, pelatihan, serta workshop .

M. Najib Husain, memperoleh gelar doktor pada program pascasarjana Penyuluhan dan Komunikasi Pembangunan (PKP) Universitas Gadjah Mada, staf pengajar di FISIP Universitas Halu Oleo, pengurus KAHMI Sultra, narasumber dialog interaktif TVRI

Sultra dan Kompas TV, dan penulis opini di surat kabar, serta aktif sebagai pembicara pada forum nasional dan internasional. Telah menghasilkan karya dalam buku yang berjudul di Balik Interupsi : Potret fenomena kehidupan (sanggar, Bandung 2007), Otonomi daerah – pemekaran Wilayah : Antara Idealitas dan realitas (LEPKISS, Surabaya 2008). Komunikasi Pembangunan Dan Dinamika Politik di Aras Lokal (Pintal dan Impulse, Yogyakarta 2011), kontributor buku Media Literasi dan Kearifan Lokal : Konsep dan Aplikasi (UKSW, 2012). Editor Sisi Kelam Wajah Pertelevisian Indonesia (Aswaja, Yogyakarta, 2014). Alamat e-mail najib_75husain@yahoo.co.id

Ali Nurdin, menyelesaikan Program Doktor Ilmu Komunikasi di FIKOM Universitas Padjadjaran Bandung (2013). Sejak tahun 1998 telah mengabdikan dirinya sebagai Dosen Tetap di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya, pernah menjadi Ketua Laboratorium Studio Televisi Dakwah (2003-2005), Ketua Progran Studi Ilmu Komunikasi (2006-2013), dan sekarang masih menjadi Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama. Karya ilmiah yang telah dihasilkan antara lain Buku Pengantar Ilmu Komunikasi, Komunikasi Organisasi, Taksonomi Komunikasi dalam Al-Qur'an, Metode Penelitian Komunikasi, Teknik Penulisan Naskah Radio dan Televisi, dan juga menulis di berbagai jurnal ilmiah perguruan tinggi, dan juga banyak melakukan penelitian ilmiah di bidang komunikasi. Email: ali.nurdin@uinsby.ac.id

Widayatmoko, dosen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara. Editor buku Komunikasi Politik dan Otonomi Daerah : Tinjauan Terhadap Dinamika Politik dan Pembangunan dan penanggung jawab Penanggung Jawab Jurnal Komunikasi Universitas Tarumanagara. Alamat e-mail widayatmoko@fikom.untar.ac.id

Clarisa Hapi, mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara

Brigitta Revia Sandy Fista, dosen tetap Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Lulusan S1 Ilmu Komunikasi Universitas Airlangga Surabaya pada tahun 2012 dan S2 Media dan Komunikasi Universitas Airlangga Surabaya pada tahun 2014.

Andi Part List, mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Theresia Intan Putri Hartiana, dosen Tetap Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Lulusan S1 Ilmu Komunikasi – Universitas Airlangga pada tahun 2009 dan S2 Ilmu Komunikasi – Universitas Padjajaran Bandung pada tahun 2014.

Bambang Edhar, dosen Ilmu Komunikasi Universitas Profesor Doktor Moestopo (Beragama)

Nanang Krisdinanto, dosen tetap Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Lulusan S1 Ilmu Politik Universitas Airlangga Surabaya pada tahun 1991 dan S2 Media dan Komunikasi Universitas Airlangga Surabaya pada tahun 2004.

Rini Darmastuti, dosen Public Relations, Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga. Menulis beberapa buku komunikasi dan aktif melakukan berbagai penelitian di bidang komunikasi. Sedang menyelesaikan Program Doktor Ilmu Komunikasi di Universitas Padjadjaran. Alamat e-mail rindarmas@yahoo.com

I Dewa Ayu Hendrawathy Putri, dosen Ilmu Komunikasi, Jurusan/Prodi: S1 Komunikasi & *Dharma Duta* Pada Fakultas Dharma Duta (Ilmu Sosial Dan Budaya) Institut Hindu Dharma Negeri (IHDN) Denpasar Bali. Sebagai Pembina UKM Pers Mahasiswa "Brahmasta" IHDN Denpasar sejak tahun 2019-sekarang. Organisasi yang diikuti hingga saat ini seperti: Asosiasi Dosen Indonesia (ADI) sebagai anggota, Media Watch Fikom Univ. Dwijendra Denpasar Bali, Ikatan Alumni Fikom Univ. Dwijendra Denpasar Bali, Yayasan *Tri Hita Karana Awards* Bali sebagai Asesor/Tim Penilai pada Hotel, Destinasi Wisata, Kampus, Sekolah, Instansi Pemerintah yang terdapat di Bali dalam bidang *Parhyangan*. Email: ayuhendra_1975@yahoo.co.id

Nurudin, dosen Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang (UMM). Kegiatannya selain mengajar adalah menulis artikel di media cetak dan buku, menjadi editor, dan mendorong menulis di kalangan mahasiswa. Penulis bisa dihubungi lewat email: nurud70@yahoo.com, twitter: @nurudinwriter.

Ido Prijana Hadi, dosen pada Progran Studi Ilmu Komunikasi (Prodi), Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra. Mengajar Mata Kuliah (MK) Penelitian Khalayak Media, MK Metodologi Penelitian Sosial/ Komunikasi, MK Etika dan Filsafat Komunikasi, dan MK Komunikasi Massa. Penulis menyelesaikan S1 tahun 1993 dari Prodi Ilmu Komunikasi Undip Semarang. Menyelesaikan S2 tahun 2007 dari Pascasarjana Media dan Komunikasi Unair Surabaya, dan menyelesaikan S3 (doktor) tahun 2014 dari Pascasarjana Ilmu Komunikasi Unpad Bandung.

DAFTAR ISI

Bagian I.
Komunikasi : Budaya dan Religi

Memahami Sinkretisme Agama Melalui Komunikasi Tanda

Hapsari Dwiningtyas Sulistyani

Pendahuluan

Selama ini anggota masyarakat yang tidak mengetahui kehidupan para perempuan pekerja seks komersial (PSK) cenderung menilai mereka dari sisi perilaku seksual yang dianggap menyimpang dari norma-norma sosial. Mereka bahkan disebut sebagai penyakit sosial yang berpengaruh buruk bagi masyarakat sehingga perlu disingkirkan. Stigma negatif yang melekat pada PSK memunculkan label-label "miring" yang seolah tidak terpisahkan dengan kehidupan mereka. Label tersebut menunjukkan bahwa kelompok PSK adalah kelompok yang "berbeda" dengan apa yang dianggap "normal" oleh masyarakat.

Label negatif dan prasangka sosial yang berkembang seringkali menjadi kebenaran yang dilekatkan pada PSK tanpa upaya lebih jauh untuk memahami pengalaman dan mendengarkan cerita hidup mereka. Keputusan dan kebijakan yang dikenakan terhadap mereka baik itu terkait kesehatan, kesejahteraan, maupun posisi sosial politis PSK diambil tanpa melibatkan mereka. Mendengarkan suara mereka sebenarnya bisa dilakukan dengan cara memahami bagaimana mereka berkomunikasi dan memaknai bahasa yang mereka gunakan sebagai bagian dari ekspresi kebertubuhan mereka. Pemberian label juga mengindikasikan berbagai karakteristik yang dilekatkan pada kelompok PSK/PK seperti; perempuan nakal, pendosa, sumber penyakit, dan sebagainya. Karakteristik tersebut selanjutnya memunculkan pihak-pihak yang merasa berhak untuk "mengoreksi" atau menyadarkan mereka. Upaya penyadaran terlihat ketika pihak pengurus resososialisasi, puskesmas, dan LSM yang menyebut PSK sebagai "anak asuh."

Istilah anak asuh menunjukkan bahwa PSK adalah kelompok yang

perlu dibina, dibimbing, dan diwakili kepentingannya. Banyak pihak merasa memiliki hak dan kewajiban untuk menyuarakan kepentingan dari PSK. Sementara itu, di sisi yang lain, logika yang berlaku pada kelompok PSK lebih menganggap bahwa apa yang mereka lakukan adalah sebuah profesi. Dengan kata lain, hubungan seks dimaknai sebagai kerja yang memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Logika kerja tersebut membuat mereka berada pada posisi yang berbeda dengan ideologi dominan di dalam wacana agama dan budaya. Keberadaan mereka juga menunjukkan kontestasi antara wacana agama, budaya, dan ekonomi. Wacana ekonomi membuat beberapa perempuan menjalankan profesi PSK yang memiliki nilai kebenaran yang berbeda dengan kebenaran dominan yang berlaku pada wacana budaya dan agama.

Memahami logika kebenaran agama dari komunitas PSK di Sunan Kuning memerlukan kemampuan untuk bisa "mendengar" tanda-tanda spesifik yang dikomunikasikan pada wacana agama. Menurut Philipsen (1992), setiap budaya, sekecil apapun, memiliki kode-kode spesifik yang digunakan oleh para anggotanya untuk saling berkomunikasi. Prinsip pengkodean adalah aturan yang menentukan apa yang harus dikatakan dan bagaimana mengatakannya di dalam sebuah konteks tertentu. Terdapat dua jenis kode yaitu kode elaboratif yang merupakan perpanjangan dari kode-kode kebahasaan, dan kode terbatas yang lebih mengandalkan konteks yang sedang terjadi. Lebih lanjut Philipsen (1992) menyatakan bahwa tindakan adalah sebuah aktivitas budaya radikal yang dipraktikkan dan dirumuskan secara jelas pada komunitas tutur dan budaya. Jadi menurut Philipsen (dalam Griffin, 2006), *speech codes* mengacu pada konteks sejarah dan sistem yang dikonstruksikan secara sosial dari berbagai istilah, makna, premis, serta aturan yang terkait dengan tindakan komunikatif. Teori *speech codes* ini mencoba menjawab pertanyaan mengenai; keberadaan, substansi, cara menenemukan, dan kekuatan orang-orang yang berada di dalam budaya tertentu melalui tindak komunikasi yang mereka lakukan.

Speech Code Theory (SCT) memusatkan perhatiannya pada peran komunikasi sebagai suatu cara untuk mengungkap prinsip-prinsip spesifik (*distinctive*) atau *rules* dari suatu kelompok atau komunitas mengenai bagaimana hidup harus dijalani (*how life should be lived*), bagaimana manusia harus berinteraksi dengan manusia lainnya, dan hukuman apa jika *rules* tersebut dilanggar. Simbol didefinisikan sebagai

sebuah kendaraan bagi sebuah konsepsi dan simbol adalah formulasi nyata dari abstraksi pengalaman, bentuk kongkrit dari ide, sikap, penilaian, harapan, atau kepercayaan. Sedangkan konsepsi adalah makna yang diekspresikan oleh simbol (Philipsen, 1992). Sedangkan kode di sini sebenarnya hampir sama dengan bahasa namun memiliki cakupan yang lebih luas yang mencakup semua sistem penandaan (Forsdale, 1981).

Setiap komunitas memiliki *speech codes* yang berbeda. *Speech codes* penting untuk untuk bisa memahami bagaimana komunitas memaknai sesuatu, termasuk memaknai agama. Penelitian ini melihat bagaimana tanda-tanda komunikasi yang digunakan seputar wacana agama di resosialisasi Sunan Kuning. Pemahaman terhadap berbagai tanda yang berkaitan dengan wacana agama akan memberi gambaran mengenai bagaimana wacana agama dan spiritualitas dimaknai di dalam komunitas perempuan pekerja seks komersial (PSK).

Metode penelitian yang digunakan adalah etnografi kritis. Metode etnografi kritis digunakan karena merupakan bagian dari kritik budaya dari masyarakat dan institusi modern (Foley dan Valenzuela, 2005). Menurut Jim Thomas (dalam Madison, 2005), etnografi kritis adalah etnografi konvensional dengan sebuah tujuan politis. Dengan kata lain, peneliti tidak mencoba memilih antara pemikiran kritis dan etnografi, melainkan peneliti mencoba membuat pola berpikir (cara) baru untuk memasukkan kritik di dalam etnografi (Noblit, Flores, & Enrique dalam Madison, 2005). Selanjutnya menurut Foley dan Valenzuela (2005), posisi teoritis dari peneliti yang menggunakan metoda ini bukan hanya menolak positivis tetapi juga bekerja untuk mengkritisi kesenjangan antara kelompok yang dominan dengan mereka yang terobresi.

Hasil dan Pembahasan

> *"Hari ini akan ada FPI yang mau masuk ke sini kami semua tidak boleh ada di luar rumah. Sehari penuh kami harus di dalam kampung ini. Kampung ini seperti kampung mati. Sunyi, senyap, tak ada suara-suara yang meramaikan suasana." (Hari Sabtu 20/4/13, Dw)*

Menjadi yang "Berbeda" di dalam Wacana Agama

Sore tanggal 20 April 2013 suasana resosialisasi Sunan Kuning lenggang dan sunyi, tidak terdengar suara musik dari ruang-ruang karaoke, ritual berdandan di depan wisma yang biasa dilakukan oleh para

perempuan pekerja seksual juga tidak terlihat. Gapura yang merupakan pintu masuk utama resosialisasi Sunan Kuning tampak tertutup dan dijaga oleh sekelompok laki-laki. Puluhan sepeda motor terlihat parkir di depan gedung pertemuan yang terletak di dekat gerbang masuk (gang satu). Hari itu pada pukul 15.30 ada pertemuan yang mengundang seluruh warga laki-laki di RW IV (RW di mana reosialisasi berada) yang sudah cukup umur termasuk para operator dan pacar PSK. Pertemuan tersebut diadakan dalam rangka antisipasi terhadap rencana penyerbuan FPI ke Sunan Kuning. Rumor tentang rencana FPI melakukan *sweeping* telah menyebar di resosialisasi beberapa hari sebelumnya. Rencana pelaksanaan peresmian FPI cabang Jawa Tengah menjadi sumber kekhawatiran akan adanya penyerangan terhadap resosialisasi.

Informasi yang berkembang dan menyebar di resosialisasi adalah setelah upacara peresmian FPI cabang Jawa Tengah yang diselenggarakan di Temanggung. Massa FPI akan melakukan konvoi dari Temanggung ke Semarang dan melakukan *sweeping* terhadap lokalisasi di sepanjang jalan yang dilewati termasuk Sunan Kuning. Pengurus resosialisasi memutuskan menyebar undangan rapat akbar untuk mengumpulkan seluruh warga laki-laki dewasa di RW 4. Selain warga tampak pula aparat kepolisian dan TNI yang berjaga di seputar resosialisasi. Pemandangan unik terlihat ketika tampak sekelompok laki-laki berambut panjang yang memakai sorban ikut berkeliling menjaga keamanan. Sekelompok laki-laki tersebut adalah santri-santri dari Demak yang ikut mengamankan resosialisasi dari serangan FPI.

Kondisi itu menunjukkan bahwa meskipun isu yang berkembang adalah resosialisasi akan diserang oleh organisasi masa yang berlandaskan Islam, namun resosialisasi juga meminta bantuan para santri dan pemuka agama Islam untuk ikut mempertahankan resosialisasi. Ketua resosialisasi mengaku bahwa para kyai dan ribuan santri dari Demak telah menyatakan siap membantu resosialisasi menghadapi serangan dari FPI. Ketua resosialisasi memang telah lama membina hubungan baik dengan kyai dan santri di Demak. Beberapa kali resosialisasi juga mengadakan *mujahadah* (pengajian/taubat akbar) yang mengundang kyai, santri, pejabat daerah dan masyarakat sekitar.

Menurut ketua resosialisasi, para lelaki yang hadir pada pertemuan sore itu memang dipersiapkan untuk perang. Semua laki-laki yang datang diminta untuk meminum air yang sudah dimantrai doa oleh seorang kyai ternama. Selain untuk diminum, air tersebut juga diciprat-cipratkan ke

tubuh warga. Air doa tersebut dipercaya bisa memberikan keberanian dan kekuatan untuk menghadapi serangan. Sekali lagi di sini terlihat perpaduan dua wacana yang secara umum dianggap bertentangan yaitu agama dengan lokasi prostitusi (yang secara agama dianggap sebagai tempat maksiat). Karakteristik perpaduan di dalam menjalankan ajaran agama seperti ini memang terlihat pada Islam di pulau Jawa, terutama perpaduan antara ajaran agama dengan budaya kepercayaan lokal. Bagaimana upacara-upacara adat yang menggunakan sesaji (yang kalau dilihat dari ajaran bisa dikatakan sebagai tindakan menyekutukan Tuhan atau musyrik) dilaksanakan dengan memanjatkan doa-doa Islam. Perpaduan antara perbuatan yang dilarang oleh agama dengan ritual dan doa yang bersifat Islami juga terlihat pada praktik-praktik ritual spiritualitas yang dilaksanakan di resosialisasi.

Islam pada masyarakat Jawa tidak berdiri sendiri (murni) karena terjadi sinkristisme (percampuran) antara Islam dan kepercayaan Jawa yang menghasilkan tradisi Islam yang unik di Jawa (Endraswara, 2003). Artinya, orang Jawa yang memeluk agama Islam terkadang masih tidak bisa meninggalkan ritual kejawan atau menggabungkan antara ajaran agama dan perilaku budaya. Oleh sebab itu muncul istilah Islam Jawa yang merupakan gambaran bahwa Islam di Jawa sudah bercampur dengan tindak budaya dan merupakan sisi kehidupan religi yang dijalani oleh sebagian masyarakat Jawa yang beragama Islam. Damami (dalam Endraswara, 2003) menamakan fenomena agama Jawa sebagai Islam Kultural dimana ritual agama tidak murni lagi namun merupakan sebuah percampuran halus antara beberapa agama dan kepercayaan. Islam yang semacam itu disebut sebagai agama rakyat. Islam Jawa merupakan bentuk yang berbeda dengan Islam normatif (santri). Perbedaan cara pandang dengan Islam normatif membuat singkritisme yang terdapat pada Islam Jawa lebih bisa diterapkan di dalam komunitas seperti Sunan Kuning.

Wacana spritualitas di dalam konteks penelitian ini menunjukkan bagaimana wacana agama formal yang cenderung menggunakan logika bahasa oposisi biner yaitu: dosa-pahala, baik-buruk, surga-neraka, tidak lah cukup untuk memahami kehidupan yang harus dijalani oleh para PSK oleh karena itu mereka memaknai dan menjalankan spiritualitas secara berbeda dengan menggunakan bahasa yang berbeda pula. Pemahaman spiritualitas agama secara berbeda bisa dilihat melalui berbagai tanda yang ada di lingkungan sosial dan juga dari tuturan individu ketika melakukan tindakan komunikasi.

Tanda-tanda Spritualitas di Lingkungan Sunan Kuning

Foto 1: Tanda Spiritualitas di Lingkungan Wisma

Sore hari menjelang maghrib di beberapa wisma/karaoke terlihat pemandangan yang cukup menarik. Beberapa mucikari menyebarkan garam krosok (garam mentah) dengan memohon semoga karaoke dan wisma mereka laris. Mereka menggunakan garam sebagai perantara untuk memohon kepada Tuhan agar tamu banyak datang. Garam krosok tersebut ditempatkan pada sebuah wadah dan biasanya diletakkan di dekat tempat duduk/sofa yang digunakan oleh anak asuh untuk menunggu tamu. Rutinitas tabur garam tersebut biasanya dilakukan menjelang maghrib atau malam hari ketika tamu karaoke/wisma sedang sepi. Garam tersebut merupakan media yang digunakan sebagai media untuk mengusir kekuatan/mahluk jahat yang meghambat rezeki dari wisma atau karaoke. Garam dipercaya bisa bisa menolak atau menjadi pembatas bagi energi negatif yang mengganggu suatu tempat. Sebelum memulai ritual para mucikari biasanya membaca nama Allah (*bismillahirohmanirohim*). Kondisi tersebut menunjukkan perpaduan antara ritual kejawen dengan ke-Tuhanan secara Islam. Perpaduan antara agama dengan adat juga terlihat pada bangunan wisma dan ruang karaoke.

Gambar pada foto 1 menunjukkan rajah Arab dan juga sesaji kejawen yang dipasang di pintu atas pintu wisma dan karaoke. Pada gambar yang sebelah kiri juga terlihat cermin yang dipasang berseberangan dengan pintu dengan maksud agar tamu datang lagi atau menjadi pelanggan tetap. Rajah berbahasa Arab, sesaji/simbol Jawa, dan kegiatan/perbuatan yang dilakukan di wisma maupun ruang karaoke sebenarnya hal yang

saling bertolak belakang namun semua itu dipadukan untuk mendukung satu tujuan yaitu kelancaran usaha.

Menurut Simuh (1996), ciri yang menonjol dalam kebudayaan Jawa adalah sarat dengan simbol-simbol. Hal tersebut berkaitan dengan ajaran mistik yang sulit untuk diterangkan secara lugas, maka kepercayaan tersebut diungkapkan secara simbolis. Ayat-ayat Al Qur'an yang secara ajaran Islam merupakan panduan yang harus dibaca dan diamalkan dijadikan rajah yang dipasang di atas pintu sebagai simbol yang menjamin kemanan maupun kelancaran usaha.

Sesaji dan azimat di dalam ajaran agama Islam formal merupakan bentuk kemusyrikan yang merupakan dosa besar. Namun di dalam masyarakat Jawa termasuk di lingkungan Sunan Kuning banyak tulisan rajah ayat Al Qur'an yang dijadikan azimat dan disandingkan dengan sesaji kejawen di mana tujuan pemasangannya adalah untuk melancarkan kegiatan bisnis yang melibatkan hubungan badan dan minuman keras. Dengan kata lain, meskipun bisnis mereka bukan bisnis yang disetujui oleh agama namun mereka tetap mempertahankan kepercayaan mereka terhadap Tuhan. Mereka juga berkomunikasi dengan Tuhan dengan logika dan cara mereka.

Tanda yang menunjukkan kepercayaan terhadap Tuhan juga terlihat pada interior kamar wisma. Berhubungan seks di luar pernikahan yang resmi merupakan perbuatan zina yang sangat dilarang agama. Namun demikian, di dalam kamar wisma yang biasa digunakan anak asuh untuk berhubungan badan dengan tamu terdapat jejak kepercayaan terhadap Tuhan. Berikut adalah gambar yang menunjukkan tulisan nama Tuhan dan ayat-ayat yang terdapat di kamar wisma.

Foto 2: Tanda Spiritualitas di Kamar Anak Asuh

Foto tersebut menunjukkan bagaimana nama Tuhan dan ayat-ayat kitab suci terdapat di dalam kamar Wisma. Nkn (25 tahun), salah seorang anak asuh, bahkan menaruh Al Qur'an dan alat sholat pada salah satu rak yang berada di dalam kamarnya sehingga para tamu yang datang bisa melihat keberadaan Al Qur'an dan alat sholat tersebut. Jika ada tamu yang bertanya mengapa ada perlengkapan sholat dan sajadah di kamarnya, Nkn akan menjawab, "*Kalau kondisi sedang memungkinkan ia membaca Al Qur'an dan menjalankan sholat*." Menurut Nkn kebanyakan tamu justru cenderung lebih menghormati ketika mengetahui bahwa ia tetap menjalankan ibadah yang diwajibkan agamanya. Meskipun demikian beberapa tamu juga mencela dengan mengatakan,"*Kamu kerja di tempat maksiat dapat uang dari perbuatan dosa kok tetap sholat, buat apa*?." Nkn biasanya akan menjawab, "*Saya kerja seperti ini untuk memenuhi kebutuhan hidup tetapi untuk bisa tetap hidup saya perlu sholat. Bisa gila saya kalau tidak.*" Kondisi tersebut menunjukkan bahwa *Speech Codes* seputar wacana agama di resosialisasi berbeda dengan wacana agama dominan. Kemunculan kode-kode komunikasi yang berbeda tersebut disebabkan karena wacana agama dominan tidak bisa memenuhi kebutuhan spiritualitas dari PSK.

Menurut Nkn, meskipun terkadang mempertanyakan tindakannya namun sebagian besar tamu justru menghargai kenyataan bahwa meskipun bekerja sebagai PSK ia masih menjalankan ibadah. Tidak hanya anak asuh, kalau kita berkunjung ke rumah para mucikari banyak di antara mereka yang memasang tanda-tanda keagamaan di rumah mereka. Bahkan ada mucikari yang sudah pergi haji dan sehari-hari memakai jilbab. Ada pula mucikari yang anaknya sekolah di lembaga pendidikan Al Qur'an. Beberapa wacana yang seharusnya bertentangan tampak dipadukan dan dimaknai sesuai dengan kondisi kehidupan yang mereka jalani. Wacana agama juga tampak di dalam berbagai kegiatan keagamaan yang diselenggarakan oleh pengurus resosialisasi.

Kegiatan pengajian beberapa kali dilaksanakan di resosialisasi. Pada bulan Mei kemarin resosialisasi mengadakan pengajian akbar atau mujahadah yang dihadiri oleh ribuan orang. Para mucikari dan anak asuh menjadi panitia pengajian tersebut. Mereka menggunakan busana muslim dan mengikuti kegiatan pengajian akbar tersebut. Kegiatan lain yang diselenggarakan oleh resosialisasi dan pengurus RW setempat adalah bakti sosial ke panti wreda dan panti penyembuhan penyakit

jiwa. Mereka datang dengan membawa bantuan berupa bahan makanan dan pakaian pantas pakai. Ketua resosialisasi Sunan Kuning di dalam sambutannya berkata bahwa memang pekerjaan yang dilakukan di resosialisasi adalah pekerjaan yang dianggap penuh dengan dosa namun meskipun demikian mereka tetap ingin berbagi dan membantu orang-orang yang membutuhkan. Beberapa dari mucikari dan anak asuh yang mengikuti kegiatan itu memakai baju muslim dan salah satu mucikari bahkan menjadi pemimpin doa yang begitu fasih mengucapkan doa-doa dan ayat-ayat Al Qur'an.

Kondisi di atas menunjukkan betapa kontras penampilan dan tindakan yang mereka lakukan ketika melakukan kegiatan keagamaan dengan cara mereka membawa diri ketika bekerja di resosialisasi. Mereka memang menjalani pekerjaan yang sangat ditentang oleh ajaran agama yang secara dominan diinterpretasikan secara oposisi biner; pahala vs dosa, haram vs halal, beriman vs musrik dan sebagainya. Jadi ketika seorang di dalam kehidupan sehari-harinya melakukan dosa-dosa besar maka dia tidak bisa digolongkan pada orang yang beriman. Bahkan apa yang mereka lakukan dianggap sebagai dosa-dosa besar yang berat untuk diampuni.

Seperti yang diungkapkan oleh Imam Adz-Dzahabi (2007) bahwa siapapun yang melakukan dosa-dosa besar termasuh syirik (menyekutukan Tuhan) dan zina akan mendaptkan kemurkaan, laknat, ancaman dari Nabi Muhammad di akhirat. Sedangkan syirik adalah dosa besar yang pelakunya akan kekal di neraka. Jadi jika menggunakan interpretasi yang sifatnya dualisme maka PSK/PK bukanlah termasuk orang yang bertaqwa. Berbeda dengan pola pikir dualisme agama, kepercayaan yang berasal dari budaya Jawa lebih mengutamakan harmoni dan tidak memandang sesuatu secara hitam putih. Kepercayaan yang muncul dari budaya Jawa lebih bisa mewadai posisi mereka yang mungkin dianggap pendosa di dalam agama formal.

Penutup

Ketika masa awal Islam diperkenalkan di Jawa penggabungan ajaran Islam dengan budaya Jawa sudah dilakukan dengan tujuan membuat ajaran agama Islam bisa diterima oleh masyarakat Jawa pada saat itu. Sampai saat ini masih ada masyarakat Jawa, terutama mereka yang terpinggirkan karena interpretasi dualisme dari agama formal, masih

menggunakan spiritualitas Jawa (penasihat spiritual, ajian pengasihan, ziarah ke makam-makam keramat) yang mereka anggap bisa mewadahi keberadaan mereka yang teralienasi dari wacana agama formal.

Berbagai ritual yang terkait dengan spiritualitas Jawa juga masih dilakukan oleh beberapa anak asuh dan mucikari, seperti yang terlihat di dalam tulisan buku harian salah satu informan berikut ini, *"Semalam malam Jum'at Kliwon. Aku mengikuti pengajian rutin bersama ibu-ibu/ Bapak, di makam Mbah Benteng. Hati ini Rasa damai, dan sejuk sekali bisa turut mendoakan orang-orang yang sudah dipanggil Tuhan." (Jum'at 26/4/13, Dw)*

Tulisan buku harian Dw di atas tidak hanya menunjukkan perbaduan wacana Islam dengan spiritualitas Jawa namun juga mengindikasikan bahwa perpaduan wacana tersebut bisa memunculkan rasa tenang. Meskipun mereka dianggap pendosa oleh wacana agama dominan namun bukan berarti mereka meninggalkan agama atau menjadi tidak beragama. Mereka tetap mempercayai dan menjalani agama dengan cara dan pemaknaan mereka. Mereka tetap merasa memerlukan spiritualitas agama dan juga spritualitas Jawa di dalam kehidupan sehari-hari mereka. Jejak spiritualitas itu bisa terlihat dari berbagai tanda dan kegiatan yang ada di lingkungan sosial mereka.

Daftar Pustaka

Dzahabi. A. I. 2007. *Dosa-dosa Besar.* Solo: Pustaka Arafah

Endraswara, S. 2003. *Falsafah Hidup Jawa.* Tangerang: Cakrawala

Foley, D. V., Angela. 2005. *Critical Ethnography: The Politics of Collaboration*. In N. K. Denzin, Lincoln, Yvonna S. (dd.), *The Sage Handbook of Qualitative Research*. Thousand Oaks: Sage Publications.

Forsdale, L. 1981. *Perspectives on Communiation.* Reading: Addison-Wesley.

Griffin, E. 2006. *A First Look at Communication Theory* (6 ed.). New York: McGraw-Hill.

Madison, D. S. 2005. *Critical Ethnography: Method, Ethics, and Performance*. Thousands Oaks: Sage Publications.

Philipsen, G. 1992. *Speaking Culturally: Exploration in Social Communication*. Albany: State University of New York.

Saukko, P. 2003. *Doing Research in Cultural Studies: An Introduction to Classical and New Methodological Approaches*. London: Sage Publications.

Simuh 1996. *Sufisme Jawa: Transformasi Tasawuf Islam ke Mistik Jawa.* Yogyakarta: Bentang.

Komunikasi Ritual dalam Kearifan Lokal Pelestarian "*Subak*" di Bali

I Dewa Ayu Hendrawathy Putri

Pendahuluan

Komunikasi ritual dalam ranah komunikasi sangat erat kaitannya dengan komunikasi ekspresif. Komunikasi ekspresif dapat dilakukan baik sendirian maupun dalam kelompok. Komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrument untuk menyampaikan perasaan-perasaan melalui pesan-pesan nonverbal. Fungsi komunikasi ini berhubungan dengan komunikasi ekspresif. Mereka nanti terlibat dalam komunikasi ritual dianggap berusaha menegaskan sebagai bagian dari kelompok yang merayakannya. Selain itu emosi kita juga dapat kita salurkan lewat bentuk-bentuk seni seperti; puisi, novel, musik, tarian atau lukisan. Harus diakui, musik juga dapat mengekspresikan perasaan, kesadaran, dan bahkan pandangan hidup (ideologi) manusia (Mulyana, 2012:25). Komunikasi ritual dapat kita lihat dalam suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun dan sepanjang hidup mereka, yang menurut antropolog disebut sebagai *Rites of Passage*, yakni; mulai dari upacara kelahiran, sunatan, ulang tahun (nyanyi *Happy Birthday* dan pemotongan kue), pertunangan (melamar, tukar cincin), siraman, pernikahan (ijab-qabul, sungkem kepada orang tua, sawer dan sebagainya), ulang tahun perkawinan, hingga upacara kematian. Dalam acara-acara itu orang mengucapkan kata-kata atau menampilkan perilaku-perilaku simbolik. Ritus-ritus lain seperti berdoa (salat, sembahyang, misa), membaca kitab suci, naik haji, upacara bendera (termasuk menyanyikan lagu kebangsaan), upacara wisuda, perayaan lebaran (Idul Fitri) atau Natal, juga adalah komunikasi ritual. Mereka berpartisipasi dalam bentuk komunikasi ritual tersebut menegaskan

kembali komitmen mereka kepada tradisi keluarga, komunitas, suku, bangsa, negara, ideologi, atau agama mereka (Mulyana, 2012:27).

Kegiatan ritual memungkinkan para pesertanya berbagi komitmen emosional dan menjadi perekat bagi kepaduan mereka, juga sebagi pengabdian kepada kelompok. Ritual menciptakan perasaan tertib (*a sense of order*) dalam dunia yang tanpanya kacau balau. Ritual memberikan rasa nyaman akan keteramalan (*a sense of predictability*). Bila ritual tidak dilakukan orang menjadi bingung, misalnya bila dua orang bertemu pada hari lebaran dan orang pertama mengulurkan tangan, sedangkan orang kedua sekadar memandangnya, kebingungan dan ketegangan muncul. Bukanlah substansi kegiatan ritual itu sendiri yang terpenting, melainkan perasaan senasib sepenanggungan yang menyertainya, perasaan bahwa kita sendiri, yang bersifat "abadi", dan bahwa kita diakui dan diterima dalam kelompok (agama, etnik, sosial) kita (Mulyana, 2012:30). Komunikasi ritual juga dianggap sebagai komitmen individu terhadap tradisi dalam kehidupan sosialnya. Kearifan (*wisdom*) secara etimologi berarti kemampuan seseorang dalam menggunakan akal pikirannya untuk menyikapi sesuatu kejadian, objek dan situasi. Sedangkan lokal menunjukkan ruang interaksi dimana peristiwa atau situasi tersebut terjadi. Jadi, kearifan lokal merupakan proses adaptasi pengetahuan lokal yang menyatu dengan sistem kepercayaan, norma dan budaya serta diekspresikan dalam tradisi dan mitos yang dianut dalam waktu yang cukup lama. Selanjutnya, kearifan lokal masyarakat Desa Adat di Kabupaten Tabanan Bali sangat berkontribusi terhadap kelestarian budaya pertanian di masing-masing wilayahnya. Kearifan lokal merupakan perilaku positif manusia dalam berhubungan dengan alam dan lingkungan sekitarnya, yang dapat bersumber dari nilai agama, adat-istiadat, petuah nenek moyang atau budaya setempat, yang terbangun secara alamiah dalam suatu komunitas masyarakat yang beradaptasi dengan lingkungan disekitarnya. Perilaku yang bersifat umum dan berlaku di masyarakat secara meluas, turun temurun, akan berkembang menjadi nilai-nilai yang dipegang teguh, yang disebut sebagai kebudayaan (budaya). Definisi lain tentang kearifan lokal menyebutkan bahwa kearifan lokal atau sering disebut *local wisdom* dapat dipahami sebagai usaha manusia dengan menggunakan akal budaya (kognisi) untuk bertindak dan bersikap terhadap sesuatu, objek atau peristiwa yang terjadi dalam ruang tertentu. Secara umum kearifan lokal muncul

melalui proses internalisasi yang panjang dan berlangsung turun-temurun sebagai akibat interaksi antara manusia dengan lingkungannya. Proses evolusi yang panjang ini bermuara pada munculnya sistem nilai yang terkristalisasi dalam bentuk hukum adat, kepercayaan dan budaya setempat (Nurma Ali Ridwan, 2007). Subak adalah organisasi kemasyarakatan yang khusus mengatur sistem pengairan sawah yang digunakan dalam cocok tanam padi di Bali. Subak ini biasanya memiliki Pura (tempat pemujaan) yang dinamakan Pura Uluncarik, atau Pura Bedugul, yang khusus dibangun oleh para pemilik lahan dan petani yang diperuntukkan bagi Dewi kemakmuran dan kesuburan Dewi Sri.

Sistem pengairan ini diatur oleh seorang pemuka adat yang juga adalah seorang petani di Bali. Subak adalah suatu masyarakat hukum adat yang memiliki karakteristik sosioagraris-religius, yang merupakan perkumpulan petani yang mengelola air irigasi di lahan sawah. Kajian gatra religius tersebut ditunjukkan dengan adanya satu atau lebih *Pura Bedugul* (untuk memuja Dewi Sri sebagai manifestasi Tuhan selaku Dewi Kesuburan), disamping adanya *sanggah pecatu* (bangunan suci) yang ditempatkan sekitar bangunan sadap (*intake*) pada setiap blok/komplek persawahan milik petani anggota subak. Warisan irigasi dengan budaya tersendiri dengan ciri-ciri yang menonjol sesuai dengan ciri-ciri kebudayaan adalah irigasi subak di Bali. Pengertian *subak* seperti itu pada dasarnya dinyatakan dalam peraturan daerah pemerintah daerah Provinsi Bali No.02/PD/DPRD/l972. Arif (l999) memperluas pengertian karakteristik sosio-agraris-religius dalam sistem irigasi *subak,* dengan menyatakan lebih tepat *subak* itu disebut berkarakteristik sosio-teknis-religius, karena pengertian teknis cakupannya menjadi lebih luas, termasuk diantaranya teknis pertanian, dan teknis irigasi. *Subak* merupakan organisasi petani lahan basah yang mengelola air irigasi dengan sumber bersama dalam suatu wilayah agraris dan bersifat otonom (Sutawan dkk, 1986). Sistem *subak* pada dasarnya dapat dipandang sebagai suatu sistem teknologi sepadan dan juga dapat dipandang sebagai sistem kebudayaan. Seiring dengan berkembangnya zaman, perubahan ini secara perlahan dapat mempengaruhi eksistensi *subak* di Bali, khususnya perubahan penguasaan lahan pertanian (menjadi permukiman, lahan perekonomian baru dan sebagainya) yang disebabkan pertumbuhan dan perkembangan penduduk yang sangat cepat serta hasil pertanian yang diperoleh tidak sebanding dengan pemenuhan kebutuhan hidup petani (Wibowo, 2000).

Dalam makalah ini menggunakan teori komunikasi ritual, teori dialektika struktur objektif dan fenomena subjektif. Untuk menjawab permasalahan yang terjadi menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik penentuan informan menggunakan *purposive sampling* dan pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, serta dokumentasi. Dalam makalah ini, akan fokus mengeksplorasi komunikasi ritual dan mendeskripsikan kearifan lokal pelestarian subak yang dilakukan oleh masyarakat Desa Adat yang ada di Kabupaten Tabanan Bali.

Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka merupakan uraian, analisis kritis, dan evaluasi terhadap teks-teks atau hasil penelitian yang relevan. Dalam penelitian kualitatif sebenarnya tidak mengharuskan adanya hasil kajian atau penelitian yang relevan (Daymon dan Holloway, 2008:61). Jika tidak ditemukan hasil kajian yang relevan baik dari aspek teori maupun jenis kajian, maka penelitian tersebut akan menjadi sumbangan penting dalam sebuah disiplin ilmu. Berhubungan dengan makalah ini, tidak banyak ditemukan penelitian yang relevan dalam arti teori dan objek makalah tentang Komunikasi Ritual Dalam Kearifan Lokal Pelestarian "Subak" Di Bali. Adapun hasil penelitian terdahulu yang ada relevansinya dengan makalah ini adalah sebagai berikut : Penelitian dari Aryawan, dkk/E-Jurnal Agribisnis dan Agrowisata, ISSN: 2301-6523,Vol. 2 No. 1, Januari 2013, Peranan *Subak* Dalam Aktivitas Padi Sawah (Kasus di Subak Dalem, Kecamatan Kerambitan, Kabupaten Tabanan Bali). Penelitian ini menggunakan metoda *purposive sampling* dengan jumlah anggota subak sebanyak 378 orang diambil Informan kunci sebanyak delapan orang dari tiap-tiap perwakilan petani *Mekel Sekha, pekaseh*, *petajuh*, PPL dan Petugas Pengairan PU. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa; (1) Peranan subak dalam pendistribusian dan pengoperasian air irigasi di masing-masing subak, terdapat masalah di akibat karena kurang memperhatikan kondisi tanah di masing-masing subak yang menyebabkan distriubusi air irigasi kurang mencukupi untuk kebutuhan areal sawah petani; (2) Peranan subak dalam operasi dan pemeliharaan jaringan air irigasi, dari hasil wawancara mendalam dengan informan kunci. Saluran irigasi yang berada di masing-masing subak masih sering tersumbat akibat sampah dibuang ke pintu-pintu air sehingga menyebabkan air yang mengaliri sawah menjadi terhambat; (3) Peranan

subak di dalam mobilisasi sumberdaya, dilihat dari jumlah kehadirannya dalam kegiatan gotong royong sebanyak 66,13% masih mengikutinya dan Hampir 80% anggota subak menghadir rapat subak. Sehingga Subak Dalem dianggap telah melakukan perananya dengan baik; (4) Subak di dalam penanganan konflik masih melakukan peranannya. Dari hasil wawancara secara mendalam dengan informan kunci diperoleh hasil dimana subak telah membuat aturan-aturan dalam penanganan sengketa dan konflik sehingga subak ini telah membuktikan eksistensinya; dan (5) Peranan Subak di dalam ritual keagamaan, dari hasil penelitian terlihat di subak ini terdapat bermacam-macam ritual khas di dalam melakukan ritual keagamaan sehingga membuat subak ini dikenal sebagai subak yang masih menyunjung tinggi nilai-nilai keagamaan. Selanjutnya, Hasil penelitian dari Wira Kusuma,dkk., tentang Pengaruh Perubahan Penguasaan Lahan Pertanian Terhadap Tingkat Eksistensi *Subak* Di Desa Medewi Kecamatan Pekutatan Kabupaten Jembrana Tahun 2012. Penelitian yang bersifat deskriptif kualitatif dengan mengandalkan data empiris dan didukung data kuantitatif. Kegiatan diawali dengan melihat kondisi di lapangan yang kemudian dijadikan sebagai asumsi dasar untuk menjelaskan adanya keadaan terkini penguasaan lahan pertanian dan keberadaan *subak* di daerah penelitian. Setelah mengadakan observasi, kemudian dilengkapi oleh data yang diperoleh dari dokumen-dokumen atau sumber-sumber lain terkait dengan penguasaan lahan pertanian dan subak di Desa Medewi sehingga dapat diketahui pengaruh perubahan penguasaan lahan pertanian terhadap eksistensi subak di Desa Medewi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa; (1) Penguasaan lahan pertanian di Desa Medewi mengalami perubahan yang cukup tinggi. Ini dapat dilihat dari penurunan jumlah dan luas lahan yang dikuasai petani; (2) Faktor yang menjadi penentu/determinan perubahan penguasaan lahan pertanian di Desa Medewi adalah faktor penjualan lahan. Faktor penjualan lahan merupakan faktor yang paling mendominasi/ berpengaruh kuat memicu terjadinya penyempitan lahan di Desa Medewi.; (3) Tingkat eksistensi subak di Desa Medewi sedang mengalami ancaman ditengah pesatnya perubahan penguasaan lahan pertanian menjadi areal non pertanian. Hal ini ditunjukkan dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti mengenai keberadaan kelima aspek yang menentukan tingkat eksistensi subak yaitu (a) organisasi pengelola air irigasi; (b) jaringan irigasi, sarana dan prasarana; (c) produksi pangan; (d) ekosistem lahan sawah beririgasi; (e) ritual keagamaan yang terkait

dengan subak. Berdasarkan hasil wawancara langsung yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan keberadaan kelima aspek tersebut sudah mengalami penurunan drastis; dan (4) Keadaan ini sangat jelas terlihat pada wilayah subak-subak yang berjarak dekat dari pusat desa, hal ini disebabkan oleh intensitas perubahan penguasaan lahan pertanian di wilayah subak yang dekat dari pusat desa lebih tinggi dibandingkan dengan intensitas perubahan penguasaan lahan pertanian di wilayah subak yang berjarak sedang dan jauh dari pusat desa. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin dekat suatu wilayah subak dari pusat desa, maka tingkat eksistensi subak akan semakin rendah.

Hasil dan Pembahasan

Pulau Bali tidak hanya terkenal dengan keindahan panorama pantai, kreatifitas tarian daerah, namun Bali juga memiliki segudang keunikan lain yang begitu menarik perhatian dunia. Salah satunya adalah subak. Di balik hijaunya hamparan persawahan di hampir seluruh Bali, tersimpan sebuah kearifan lokal yang telah diwariskan oleh nenek moyang yang hingga kini masih tetap dilestarikan oleh masyarakat Bali. Sebuah kearifan lokal yang dikenal dengan Subak yang membuat setiap pohon padi yang ditanam nantinya akan tumbuh subur dan menghasilkan padi yang berlimpah. Subak telah menjelma menjadi sebuah budaya yang berperan penting dalam keberhasilan pertanian di pulau dewata. Sistem subak telah melintasi perputaran waktu dan generasi. Subak telah memberi kesejahteraan dan kemerataan hasil produksi pertanian bagi masyarakat. Kearifan lokal warisan leluhur ini telah diakui UNESCO pada tahun 2012 sebagai salah satu situs warisan dunia. Tidak hanya masyarakat Bali yang berbangga dengan penghargaan ini, tapi Indonesia bahkan dunia.

Subak mengatur sistem pengairan sawah yang digunakan dalam cocok tanam padi di Bali. Sistem pengairan ini diatur oleh seorang pemuka adat yang juga adalah seorang petani. Sistem subak berpijak pada prinsip aliran air dari atas dengan topografi pesawahan yang berbukit dan distribusi air yang berkeadilan antar petani penggarap sawah. Walau merupakan warisan nenek moyang masyarakat Bali, namun subak mampu beradaptasi dengan kemajuan teknologi bidang pertanian dengan kearifan lokal yang tetap dijunjung tinggi. Tidak hanya agama maupun budaya, namun juga beradaptasi dengan ekonomi,

hukum, hingga lingkungan. Sistem subak dinilai punya nilai-nilai untuk mencegah terjadinya pencemaran lingkungan. Sistem subak menerapkan kesadaran dan kegotong-royongan yang sangat tinggi. Tidak ada yang melanggarnya karena masyarakat Bali sangat takut dengan *Awig-Awig* atau peraturan. Peraturan ini telah menjadi hukum tertulis yang memuat seperangkat kaidah bertingkah laku dalam masyarakat petani. Tidak hanya teknis pembagian air kepada masyarakat, tapi juga norma selama ia menyandang sebagai seorang petani dalam status sosial. Bahkan juga mengatur hubungan antara petani dengan Sang Pencipta atau Tuhan Yang Maha Esa. Subak merupakan teknologi yang masih tradisional dan berkearifan lokal.

Peran manusia dalam tata bagi distribusi air untuk keperluan irigasi persawahan masih didominasi oleh tenaga, kemampuan, kearifan, dan sikap adil dari masyarakat yang dipimpin oleh pemangku adat. Di sinilah letak keunggulan dari sistem subak. Kesadaran untuk bekerja secara sosial terbentuk tanpa mengabaikan penguasaan atas lahan pribadi. Kearifan pemangku adat dalam membagi jatah air pada masyarakat petani menjadi gaya kepemimpinan lokal yang berkeadilan. Sistem *subak* dirancang dan telah diwarisi secara turun-temurun oleh masyarakat petani di Bali untuk kelancaran pembagian air di lahan persawahan yang merupakan penyangga utama kehidupan masyarakat dan adat istiadat di selama berabad-abad. Sistem pembagian air ini merupakan cara bersama untuk berbagi kebahagiaan. Perkembangan pariwisata yang mengalami pemekaran ke arah petanian ditandai dengan pembangunan fasilitas dan infrastrukrur seperti jalan sampai ke daerah-daerah terpencil dan pembangunan hotel maupun vila serta pembangunan permukiman penduduk yang semakin berkembang pesat. Perubahan penguasaan lahan petanian ini ditandai dengan penjualan lahan pertanian oleh para petani pemilik lahan, sehingga dengan penjualan lahan pertanian tersebut terjadi penyusutan terhadap luas lahan pertanian.

Adanya perubahan penguasaan lahan pertanian dikhawatirkan akan berdampak pula terhadap nilai-nilai kearifan lokal (*local genius*) yang terdapat dalam masyarakat Bali. Salah satu nilai kearifan lokal yang menjadi ciri khas masyarakat Bali dan erat kaitannya dengan petanian adalah terdapatnya organisasi *subak* yang merupakan suatu sistem pengatur irigasi pertanian. Perubahan penggunaan lahan pertanian yang terjadi di daerah pertanian maka berdampak pada eksistensi

subak sebagai nilai-nilai kearifan lokal. Pertanian di daerah ini semakin menyempit, maka keberadaan *subak* sebagai nilai *local genius* akan semakin terancam. Menurut Pitana dan Sutawan (1993) menyatakan bahwa kelestarian *subak* di Bali dapat diukur melalui lima elemen yang saling terkait yaitu : a) organisasi petani pengelola air irigasi; b) jaringan irigasi/sarana dan prasarana irigasi; c) produksi pangan; d) ekosistem lahan sawah beririgasi; e) ritual keagamaan yang erat dengan budi daya padi. Kelima elemen tersebut merupakan penjabaran dari konsep *Tri Hita Karana* yang menjadi landasan atau konsep dari sistem pertanian di Bali yaitu *subak* berbasiskan konsep *Tri Hita Karana*. Jika kelestarian *subak* di Bali masih tetap terjaga dengan konsep *Tri Hita Karana*, maka *subak* tidak akan pernah mengalami ancaman. Berdasarkan wawancara dengan informan, pada peranan mobilisasi sumber daya keberadaan *subak* di Bali sebagai suatu masyarakat hukum adat yang sosial-agraris-religius. Adapun yang dimaksud disini adalah dalam melakukan aktivitas sosial pada *subak*, di mana anggota masih aktif dalam kegiatan gotong-royong dengan menggunakan sistem kerja bersama-sama agar pekerjaan yang mereka lakukan menjadi lebih ringan. Gotong-royong dilakukan oleh *krama subak* setiap sebelum mulai menanam padi yaitu tiap empat bulan sekali biasanya selama 4 bulan itu kegiatan gotong-royong dilakukan per kelompok sehingga peran subak dalam mobilisasi sumberdaya, kegiatan gotong-royong masih berjalan dengan baik. Kegiatan ini bertujuan untuk mempererat tali persaudaraan diantara para petani atau anggota subak. Selain aktivitas gotong-royong yang masih aktif dilakukan, masing-masing subak juga rutin mengadakan komunikasi tatap muka melalui forum rapat (*paruman*) subak yang bertujuan untuk memecahkan suatu permasalahan di subak terutama berkaitan dengan kegiatan pertanian di subak. Petani selaku anggota (*krama*) *subak* diharapkan aktif dalam mengikuti rapat-rapat rutin yang dilakukan setiap satu bulan dan rapat yang diadakan dalam satu tahun sekali. Tujuannya untuk mendengarkan laporan keuangan dan pemecahan masalah yang berkaitan dengan subak, demi terciptanya musyawarah mufakat. Mobilisasi sumberdaya material seperti sistem denda (*dedosan*) yang bagi anggota subak tetap menjadi kegiatan rutin. Hal ini dilaksanakan apabila setiap anggota subak tidak mengikuti kegiatan yang dilakukan oleh *Subak*. *Subak* melakukan pemungutan rutin akhir tahun (*sarin taun*), sejenis pajak yang diterapkan subak.

Khusus di wilayah Tabanan Bali, dilihat dari luas kepemilikan lahan biasanya per are dikenakan biaya berupa uang sebesar Rp.1.000 sampai Rp.5.000, setiap habis panen. *Subak* juga memperoleh sumber dana dari kontrak bebek. Kegiatan tersebut dilakukan sehabis panen, bertujuan untuk menunjang keuangan subak. Subak mewajibkan petani yang mengontrakkan sawahnya memberikan 30% dari hasil kontrak bebek kepada subak. Selain itu masing-masing subak juga mempunyai media komunikasi tradisional yang disebut dengan *kulkul* yang digunakan untuk menyampaikan informasi tertentu kepada *krama* (anggota) subak misalnya; menyampaikan atau mengingatkan kepada anggota subak akan diadakan rapat (*paruman*) subak, atau untuk mengingatkan akan diadakannya kegiatan gotong-royong. Selain itu, subak juga mempunyai seperangkat aturan hukum yang disebut dengan *Awig-Awig* subak yang berfungsi sebagai alat kontrol sosial. Sehingga terciptanya keseimbangan hubungan antara manusia dan lingkungan, antara lain tercermin dalam berbagai aktivitas warga subak dalam pengelolaan lingkungan hidup dan juga diatur oleh Pemerintah dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1997 dan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999 yang garis besarnya "Upaya terpadu untuk melestarikan fungsi lingkungan hidup yang meliputi; (1) Kebijaksanaan Penataan; (2) Pemanfaatan; (3) Pengembangan; (4) Pemeliharaan; (5) Pemulihan; (6) Pengawas; dan (7) Pengendalian Lingkungan Hidup. Sedangkan pengelolaan sumber air subak seperti tersebut diatas pemanfaatan, penataan dan lain-lain. Larangan-larangan dalam mengotori air, sumber air dalam Kitab Menawa Dharma Sastra IV yang berisi *pawos-pawos* (pasal-pasal) sebagai berikut: *Pawos* (pasal) 28; yang berisi: (1) *Tan dados mebacin ring telabah gede miwah telabah jelinjing* (artinya: tidak boleh membuang kotoran di sungai maupun di saluran-saluran air); (2) *Rikala anak istri kapiambeng sebel patut pisan tan dados mebersih ring tembuku aya, taler ten dados mesahin sehanan pengangge ring genah punika* (artinya: wanita yang sedang datang bulan tidak boleh membersihkan diri maupun mencuci pakaian yang dipakai di saluran air ke sawah) ; (3) *Soang-soang palinggih pengungangan carik patut kesucian sareng sami, lamaknane ten patut melaksana leteh miwah romon ring genah punika* (artinya: tempat-tempat suci yang berkaitan dengan sawah, harus disucikan dan tidak boleh mengotori atau mencemari tempat tersebut); (4) *Ten dados ngayudang wek-wekan pengangge miwah barang-brang romon ring telabahe* (artinya: tidak boleh membuang sobekan kain /pakaian dan barang bekas lainnya

ke sungai); (5) *Sape sire ugi pacing ngemem sagu, kayu miwah ramuan sewosan ring telabahe, patut sang madruwe mapirah ring Prajuru subak mangda mapituduh ring genah kedadosan* (artinya: setiap orang yang akan merendam sagu, kayu dan bahan-bahan lainnya di sungai, harus memberitahukan kepada pengurus subak untuk mendapatkan petunjuk di tempat mana hal tersebut boleh dilakukan). Subak juga membuat peraturan dalam penanaman padi disawah termasuk penanganan bila terjadi konflik antar *krama* (anggota) subak. Sebagai suatu badan hukum tradisional, subak mempunyai kekuasaan untuk menyelesaikan sengketa yang terjadi di lingkungan subak atau *tempek.* Pembayaran denda di subak biasanya denda yang diberikan. Berikut merupakan denda-denda yang biasanya dilakukan di subak. Sanksi yang diberikan subak bila ada *krama subak* yang tidak ikut dalam kegiatan gotong royong. Sanksi diputuskan dengan melakukan musyawarah di antara *krama* subak sehingga diperoleh kesepakatan sebagai berikut. Misalnya untuk sanksi yang diberikan tidak ikut dalam kegiatan gotong-royong, meliputi: (1) Dikenakan biaya sebesar Rp. 25.000,- ditambah satu kali *ayahan* pada saat kegiataan gotong royong berikutnya; (2) 10 are dikenakan 1 kali *ayahan* (kewajiban); (3) 30 are dikenakan 3 kali *ayahan* (kewajiban)*; (4)* 35 are dikenalkan 4 kali *ayahan* (kewajiban)*; (5)* 1 Ha dikenakan 10 kali *ayahan* (kewajiban). Selain pemberian sanksi terhadap beberapa jenis pelanggaran, *subak* juga memberikan penghargaan/bantuan kepada *krama* (warga) yang cacat fisik dan bantuan tersebut sejumlah Rp. 1.000,000/ tahun dan *krama* (warga) tersebut dibebaskan dari *ayahan* (kewajiban). Hampir di masing-masing *subak* pernah terjadi konflik akibat kasus pencurian air. Untuk itu *subak* juga membuat sanksi yang diberikan *subak* bagi petani yang melakukan kasus pencurian air Denda yang dikenakan bila terjadi pencurian air pada *subak*. Adapun sanksi tersebut meiputi; (1) *Temuku Aya* : 40 kg gabah/padi + Rp. 5.000,- ; (2) *Temuku penyahcah* : 20 kg gabah/padi + Rp. 10.000,- ; (3) *Temuku taki kunda* : 5 kg gabah/padi + 1 kali *ayahan*; (4) *Pundukan* sawah : 5 kg gabah/padi + 1 kali *ayahan.* Selain sanksi dan bantuan yang diterapkan oleh masing-masing *subak* di Bali, subak juga telah memperkuat eksistensinya dengan membuat *Awig-Awig* subak yang bertujuan agar tiap-tiap anggota *subak* timbul kesadaran taat terhadap peraturan. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh peranan subak dalam penerapan *Awig-Awig* subak sudah berjalan cukup jelas. Hal ini membuat jera petani-petani yang berbuat sewenang-wenang. Peranan *subak* dalam alih fungsi lahan di subak, meliputi: (1) Subak melarang

petani untuk menjual sawah untuk dijadikan bangunan, tetapi bila sawah dijual kembali harus dijadikan lahan yang berhubungan dengan aktivitas pertanian di sawah; (2) Subak yang dibantu oleh pemerintah Kabupaten melakukan sosialisasi kepada masyarakat mengenai akibat alih fungsi lahan; (3) Subak berusaha menindak dengan tegas bila terjadi alih fungsi lahan yang menyebabkan kerusakan dengan mengenakan 30 % dari harga tanah yang dijual. *Krama subak* yang menjual lahannya dikenakan sangsi *guru piduka* berupa ritual permohonan maaf di *Khayangan Bedugul* dan *Tri Khayangan*. Hasil analisis data menunjukkan bahwa kearifan lokal telah menjadi habitus pada masyarakat adat setempat, di mana habitus tersebut berhubungan secara dialektis dengan subak yang mendukung kelangsungan kearifan lokal dalam kehidupan masyarakat Desa Adat di Bali. Organisasi pengairan tradisional di Bali bidang pertanian itu tidak sekedar mengurus dan mengatur masalah pengairan, namun juga menangani aktivitas ritual yang relatif padat. Aktivitas ritual itulah yang membedakan antara sistem irigasi yang biasa diterapkan para petani di daerah lainnya di Indonesia dengan sistem irigasi subak di Pulau Dewata. Subak berfungsi untuk mendistribusikan air irigasi secara merata, memelihara saluran irigasi, mengerahkan sumberdaya dan kegiatan ritual. Kegiatan ritual dilaksanakan pada tingkat petani khususnya pada lahan sawah masing-masing, tingkat subak (*Pura* subak atau tempat suci yang terdapat di masing-masing subak), dan tempat suci lain yang dianggap berkaitan dengan sumber irigasi subak tersebut. Petani di Bali biasanya sudah mulai melakukan ritual awal sejak pertama kali proses menanam benih padi di lahan sawah mereka masing-masing dengan harapan agar benih-benih tersebut bisa tumbuh subur. Setelah tanaman padi berumur 12 hari, petani menggelar ritual "*Mubuhin*" untuk memohon kepada Tuhan Yang Maha Esa agar tanaman padi tetap dapat tumbuh dengan baik dan subur, sehingga ritual berikutnya sampai tanaman padi siap di panen dan petani dapat menyimpannya ke dalam lumbung padi di rumah petani masing-masing. Aktivitas ritual di masing-masing lahan pertanian dilakukan oleh petani bersangkutan dan pada tingkat subak ritual dilakukan oleh petani secara bersama-sama secara kolektif. Dalam aktivitas ritual keagamaan adalah untuk menjaga keseimbangan serta hubungan antara manusia dengan pencipta=Nya. Ritual keagamaan merupakan kegiatan yang dipercaya sebagai suatu keharusan yang akan menentukan keberhasilan aktivitas pertanian padi sawah. Terdapat bermacam-macam ritual yang khas dilakukan oleh masyarakat petani

di masing-masing subak. Ritual keagamaan yang biasa dilakukan oleh *krama*/anggota subak adalah sebagai berikut:

1) Pada penanaman padi di tingkat petani; meliputi ritual sebagai berikut: (a) *Ngendagin*, ritual ini dilakukan pada saat air menuju ke sawah; (b) *Ngurit*, ritual ini dilaksanakan pada saat baru akan memulai menanam padi / pada saat menebarkan bibit; (c) *Nenduh*, ritual nenduh ini dilaksanakan pada saat padi berumur 5 *wuku* dalam kalender bali; (d) *Ngisehin,* ritual yang dilaksanakan pada saat padi berumur 50 hari; (e) *Biukukung*, ritual ini dilaksanakan pada saat padi berwarna kuning; (f) *Nuwasen nandur*, ritual ini dilaksanakaan pada saat padi akan dipanen; (g) *Nyangket,* ritual yang dilaksanakan pada saat panen; (h) *Mantenin,* ritual yang dilakukan pada saat padi sudah berada pada di *jineng*; (i) *Ngerasakin*, ritual yang dilaksanakan pada saat sudah selesai melakukan kegiatan padi sawah.
2) Pada saat penanaman padi ada di tingkat subak.; meliputi Ritual sebagai berikut: (a) *Tedun kecarik*, upacara *atur piuning* dilakukan oleh seluruh *krama* Subak yang ada di Kabupaten Tabanan Bali di *Pura Ulun Suwi*; (b) *Mendak toya*, upacara yang dilakukan pada saat *krama* subak akan memulai pencarian air; (c) *Odalan*, upacara yang dilakukan di *Pura Kahyangan Dalem*; (d) *Pengaci*, upacara yang dilakukan setiap bulan dimana upacara ini dilakukan bilamana ada pemberitahuan oleh prajuru subak; (e) *Nagluk merana*, upacara yang dilaksanakan untuk mencegah serangan hama yang suka merusak tanaman padi.

Dari beberapa rangkaian ritual keagamaan yang biasa dilakukan oleh anggota subak di Bali, ada salah satu ritual terkait dengan air yang disebut dengan ritual *Mendak Toya* (menjemput air). Dengan adanya ritual ini benar-benar anggota subak dan masyarakat dapat merasakan dengan kebersihan air yang mengalir merupakan Dewa Air yang memberikan kehidupan kepada masyarakat Bali khususnya yang bermata pencaharian sebagai petani atau bercocok tanam sangat menggantungkan tanaman mereka dengan pengairan subak tersebut. Sumber daya alam yang telah digunakan sehari-hari untuk kelangsungan hidup semua makhluk perlu dilestarikan kemampuannya. Dan hal ini dalam ajaran agama Hindu sudah tertuang dalam Kitab Suci *Manawa Dharma Sastra* IV.56 yang berisi tentang larangan membuang kotoran maupun hal-hal yang beracun ke dalam sungai. Dan dalam pemanfaatan

sumber air dalam *Awig-Awig subak* dilandasi asas pemanfaatan dan asas keadilan.

Semua sawah areal *subak* berhak memperoleh air. Sawah yang lebih besar juga berhak memperoleh air yang lebih banyak. Adapun pembagian air menggunakan satuan tradisional yang disebut *kecoran* (1 *kecoran*=6 cm). Penataan sumber air, pembagian sumber air dari aliran sungai ke *subak-subak* dan subak ke *tempek-tempek* dan selanjutnya dari *tempek* ke petak-petak sawah para anggota *subak* disesuaikan dengan luas sawah di masing-masing subak*, tempek* dan *petak*. Pemeliharaan sumber air dilakukan dengan berbagai ritual keagamaan berkaitan dengan air, berarti masyarakat *subak* khususnya dan masyarakat Bali memandang air sebagai sesuatu yang suci dan harus disucikan, seperti yang telah tertuang dalam Kitab *Suci Menawa Dharma Sastra* IV.56 *Pawos* (pasal) 28 tentang larangan mencemari air sungai (Pudja, dkk., 1978). Dengan keadaan masyarakat Bali yang masih tradisional dan masih taat dengan kepada kearifan lokal yang telah diwariskan secara turun-temurun, maka mereka menerapkan secara langsung ajaran-ajaran dan ritual keagamaan yang terkait dengan pemeliharaan dan pelestarian lingkungan, sehingga Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1997 tentang pemeliharaan lingkungan dapat terwujud. Dan itu semua secara umum sudah diterapkan di masyarakat subak di Bali. Jadi, peranan subak dalam ritual keagamaan di atas bertujuan agar menjaga keseimbangan hubungan antara manusia, pencipta-Nya dan alamnya. Ritual keagamaan ini merupakan salah satu kegiatan yang wajib dilaksanakan dalam kehidupan subak dan dipercaya akan menentukan keberhasilan usaha pertanian di sawah.

Tantangan yang akan dihadapi anggota subak dewasa ini dan masa yang akan datang adalah masalah pengembangan sumber daya air khususnya untuk keperluan irigasi karena dengan adanya berbagai kepentingan seperti proyek objek wisata, pengalihan lahan pertanian menjadi kawasan pemukiman dan sebagainya. Jadi, diperlukan sikap dan tindakan yang bijak dan cerdas dari berbagai pihak dalam pemanfaatan sumber air. Aktivitas ritual selalu diidentikkan dengan kebiasaan atau aksi turun-temurun, aksi formal dan juga mengandung nilai-nilai transcendental. Ritual juga dapat dipahami sebahai sebuah pertunjukkan secara sukarela yang dilakukan masyarakat secara turun-temurun berdasarkan kebiasaan menyangkut perilaku yang terpola. Komunikasi ritual bidang pertanian yang dilakukan masyarakat adat

Bali di Kabupaten Tabanan erat kaitannya dengan sistem religi dan kepercayaan masyarakat adat Bali di Tabanan. Di dalamnya terkandung makna utama yaitu kemampuan masyarakat dalam memahami konteks lokal dan kemudian diwujudkan dengan dialog terhadap kondisi yang ada. Masyarakat cenderung memandang adanya kekuatan gaib yang menguasai alam semesta dan untuk itu harus dilakukan dialog. Kehidupan sosial secara harfiah adalah interaksi manusia melalui penggunaan simbol-simbol. Penekanannya pada cara manusia menggunakan simbol untuk mengungkapkan apa yang mereka maksud, dan berkomunikasi satu sama lain yang merupakan suatu minat interpretif yang ortodoks (berpegang teguh pada aturan atau ajaran resmi). Akibat interpretasi atas simbol-simbol terhadap kelakuan pihak-pihak yang terlibat selama interaksi sosial. Simbol adalah suatu rangsangan yang mengandung makna dan nilai yang dipelajari bagi manusia, dan respons manusia terhadap simbol adalah dalam pengertian makna dan nilainya alih-alih dalam pengertian stimulasi fisik dari alat-alat inderanya. Makna suatu simbol bukanlah pertama-tama ciri-ciri fisiknya, namun apa yang dapat orang lakukan mengenai simbol tersebut. Ritual merupakan salah satu cara berkomunikasi dalam kehidupan sosial. Semua bentuk ritual adalah komunikatif. Ritual selalu merupakan perilaku simbolik dalam situasi-situasi sosial. Karena itu ritual selalu merupakan suatu cara untuk menyampaikan sesuatu.

Penggunaan simbol-simbol komunikasi yang unik atau khas merupakan salah satu ciri yang menonjol dalam komunikasi ritual. Simbol-simbol komunikasi yang digunakan tersebut tidak dipilih oleh partisipan, melainkan sudah tersedia sejak turun-temurun berdasarkan tradisi budaya yang bersangkutan. Susanne K. Langer mengatakan salah satu kebutuhan pokok manusia adalah kebutuhan simbolisasi atau penggunaan lambang (Mulyana, 2005:83). Manusia memang satu-satunya hewan yang menggunakan lambang, dan itulah yang membedakan manusia dengan makhluk lainnya. Ernst Cassier mengatakan bahwa keunggulan manusia atas makhluk lainnya adalah keistimewaan mereka sebagai *animal symbolicum*. Selanjutnya, Mulyana (2005:84) menyatakan: "Lambang atau simbol sebagai sesuatu yang digunakan untuk menunjuk sesuatu lainnya, berdasarkan kesepakatan sekelompok orang. Lambang meliputi kata-kata (pesan verbal), perilaku nonverbal, dan objek yang maknanya disepakati bersama, misalnya memasang bendera di halaman rumah untuk menyatakan penghormatan

atau kecintaan kepada negara. Kemampuan manusia menggunakan lambang verbal memungkinkan perkembangan bahasa dan menangani hubungan antara manusia dan objek tersebut". Dalam praktik komunikasi ritual kearifan lokal ritual *mendak toya* (menjemput air) pada subak di Bali, yang memiliki karakteristik dari komunikasi ritual yaitu sebagai berikut: (1) Komunikasi ritual dipahami sebagai kegiatan berbagi, berpartisipasi, berkumpul, bersahan, dan kepemilikan akan keyakinan yang sama (Carey, 1989). Dalam praktik komunikasi ritual, kearifan lokal ritual *mendak toya* (menjemput air) pada *subak* di Bali merupakan salah satu ritual yang dilakukan untuk berkumpul, berbagi dan berpartisipasi. Masyarakat desa terutama petani berusaha untuk melaksanakan dan menghadiri ritual *mendak toya* (menjemput air) pada subak di Bali*; (2)* Merujuk pada Carey (1989), proses komunikasi yang terjadi dalam komunikasi ritual bukan berpusat pada transfer (pemindahan) informasi, melainkan lebih mengutamakan *sharing* (berbagi) mengenai budaya bersama. Ritual *mendak toya* (menjemput air) pada *subak* di Bali juga demikian, dalam praktik komunikasi ritual *mendak toya* (menjemput air) pada *subak* di Bali hanya menonjolkan sisi berbagi dan kebersamaan; (3) Penggunaan bahasa dalam komunikasi ritual dilakukan secara tutur lisan (menggunakan bahasa sanskerta) dan simbolik (penggunaan sesajen sebagai sarana ritual); (4) Pemilihan simbol komunikasi yang unik atau khas merupakan salah satu ciri yang menonjol dalam komunikasi ritual (Carey, 1989). Simbol komunikasi ritual *mendak toya* (menjemput air) pada subak di Bali yang masih ada dari dahulu sampai sekarang adalah kebersamaan; (5) Dalam komunikasi ritual, media adalah pesan. Pesan yang disampaikan ritual *mendak toya* (menjemput air) pada *subak* di Bali lebih memiliki makna tersendiri bagi petani daripada pesan yang disampaikan pada acara penyuluhan oleh perwakilan petani *Mekel Sekha*, *pekaseh*, *petajuh*, PPL dan Petugas Pengairan PU. Oleh karena itu, ritual *mendak toya* (menjemput air) pada subak di Bali dapat dikatakan media sekaligus pesan. Ritual *mendak toya* (menjemput air) pada subak di Bali ini menjadi penting dan lebih memiliki kekuatan (*powerfull*) daripada pesan yang disampaikan di dalam ritual *mendak toya* (menjemput air) pada subak di Bali sendiri.

Kesimpulan

Komunikasi ritual dalam ranah komunikasi sangat erat kaitannya dengan komunikasi ekspresif. Komunikasi ekspresif dapat dilakukan baik sendirian maupun dalam kelompok. Komunikasi ekspresif tidak

otomatis bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrument untuk menyampaikan perasaan-perasaan melalui pesan-pesan nonverbal. Kearifan lokal merupakan proses adaptasi pengetahuan lokal yang menyatu dengan sistem kepercayaan, norma dan budaya serta diekspresikan dalam tradisi dan mitos yang dianut dalam waktu yang cukup lama. Hasil analisis data penelitian ini menunjukkan bahwa, kearifan lokal masyarakat Desa Adat di Kabupaten Tabanan Bali sangat berkontribusi terhadap kelestarian budaya pertanian di masing-masing wilayahnya.

Perkembangan pariwisata yang mengalami pemekaran ke arah petanian ditandai dengan pembangunan fasilitas dan infrastrukrur seperti jalan sampai ke daerah-daerah terpencil dan pembangunan hotel maupun vila serta pembangunan permukiman penduduk yang semakin berkembang pesat. Perubahan penguasaan lahan petanian ini ditandai dengan penjualan lahan pertanian oleh para petani pemilik lahan, sehingga dengan penjualan lahan pertanian tersebut terjadi penyusutan terhadap luas lahan pertanian. Adanya perubahan penguasaan lahan pertanian dikhawatirkan akan berdampak pula terhadap nilai-nilai kearifan lokal (*local genius*) yang terdapat dalam masyarakat Bali. Salah satu nilai kearifan lokal yang menjadi ciri khas masyarakat Bali dan erat kaitannya dengan petanian adalah terdapatnya organisasi *subak* yang merupakan suatu sistem pengatur irigasi pertanian. Perubahan penggunaan lahan pertanian yang terjadi di daerah pertanian maka berdampak pada eksistensi *subak* sebagai nilai-nilai kearifan lokal. Pertanian di daerah ini semakin menyempit, maka keberadaan subak sebagai nilai *local genius* akan semakin terancam. Kearifan lokal telah menjadi habitus pada masyarakat adat setempat, di mana habitus tersebut berhubungan secara dialektis dengan subak yang mendukung kelangsungan kearifan lokal dalam kehidupan masyarakat Desa Adat di Kabupaten Tabanan Bali. Organisasi pengairan tradisional di Bali bidang pertanian itu tidak sekedar mengurus dan mengatur masalah pengairan, namun juga menangani aktivitas ritual yang relatif padat. Aktivitas ritual itulah yang membedakan antara sistem irigasi yang biasa diterapkan para petani di daerah lainnya di Indonesia dengan sistem irigasi subak di Pulau Dewata. Subak berfungsi untuk mendistribusikan air irigasi secara merata, memelihara saluran irigasi, mengerahkan sumberdaya dan kegiatan ritual. Kegiatan ritual dilaksanakan pada tingkat petani

khususnya pada lahan sawah masing-masing, tingkat subak (Pura subak atau tempat suci yang terdapat di masing-masing subak), dan tempat suci lain yang dianggap berkaitan dengan sumber irigasi subak tersebut. Petani di Bali biasanya sudah mulai melakukan ritual awal sejak pertama kali proses menanam benih padi di lahan sawah mereka masing-masing dengan harapan agar benih-benih tersebut bisa tumbuh subur. Aktivitas ritual di masing-masing lahan pertanian dilakukan oleh petani bersangkutan dan pada tingkat subak ritual dilakukan oleh petani secara bersama-sama secara kolektif. Dalam aktivitas ritual keagamaan adalah untuk menjaga keseimbangan serta hubungan antara manusia dengan pencipta-Nya. Ritual keagamaan merupakan kegiatan yang dipercaya sebagai suatu keharusan yang akan menentukan keberhasilan aktivitas pertanian padi sawah. Terdapat bermacam-macam ritual yang khas dilakukan oleh masyarakat petani di masing-masing subak. Jadi, peranan subak dalam ritual keagamaan di atas bertujuan agar menjaga keseimbangan hubungan antara manusia, pencipta-Nya dan alamnya. Ritual keagamaan ini merupakan salah satu kegiatan yang wajib dilaksanakan dalam kehidupan subak dan dipercaya akan menentukan keberhasilan usaha pertanian di sawah. Tantangan yang akan dihadapi anggota subak dewasa ini dan masa yang akan datang adalah masalah pengembangan sumber daya air khususnya untuk keperluan irigasi karena dengan adanya berbagai kepentingan seperti proyek objek wisata, pengalihan lahan pertanian menjadi kawasan pemukiman dan sebagainya. Jadi, diperlukan sikap dan tindakan yang bijak dan cerdas dari berbagai pihak dalam pemanfaatan sumber air. Dalam praktik komunikasi ritual kearifan lokal ritual *mendak toya* (menjemput air) pada subak di Bali, yang memiliki karakteristik dari komunikasi ritual yaitu sebagai berikut: (1) Komunikasi ritual dipahami sebagai kegiatan berbagi, berpartisipasi, berkumpul, bersahan, dan kepemilikan akan keyakinan yang sama (Carey, 1989). Dalam praktik komunikasi ritual, kearifan lokal ritual *mendak toya* (menjemput air) pada subak di Bali merupakan salah satu upacara ritual yang dilakukan untuk berkumpul, berbagi dan berpartisipasi. Masyarakat desa terutama petani berusaha untuk melaksanakan dan menghadiri ritual *mendak toya* (menjemput air) pada subak di Bali*; (2)* Merujuk pada Carey (1989), proses komunikasi yang terjadi dalam komunikasi ritual bukan berpusat pada transfer (pemindahan) informasi, melainkan lebih mengutamakan *sharing* (berbagi) mengenai budaya bersama. Ritual *mendak toya* (menjemput

air) pada *subak* di Bali juga demikian, dalam praktik komunikasi ritual *mendak toya* (menjemput air) pada *subak* di Bali hanya menonjolkan sisi berbagi dan kebersamaan; (3) Penggunaan bahasa dalam komunikasi ritual dilakukan secara tutur lisan (menggunakan Bahasa Sanskerta) dan simbolik (penggunaan sesajen sebagai sarana ritual); (4) Pemilihan simbol komunikasi yang unik atau khas merupakan salah satu ciri yang menonjol dalam komunikasi ritual (Carey, 1989). Simbol komunikasi ritual *mendak toya* (menjemput air) pada *subak* di Bali yang masih ada dari dahulu sampai sekarang adalah kebersamaan; (5) Dalam komunikasi ritual, media adalah pesan. Pesan yang disampaikan ritual *mendak toya* (menjemput air) pada *subak* di Bali lebih memiliki makna tersendiri bagi petani daripada pesan yang disampaikan pada acara penyuluhan oleh perwakilan petani *Mekel Sekha, pekaseh*, *petajuh*, PPL dan Petugas Pengairan PU. Oleh karena itu, ritual *mendak toya* (menjemput air) pada *subak* di Bali dapat dikatakan media sekaligus pesan. Ritual *mendak toya* (menjemput air) pada *subak* di Bali ini menjadi penting dan lebih *powerfull* daripada pesan yang disampaikan di dalam ritual *mendak toya* (menjemput air) pada *subak* di Bali sendiri. Jadi, kearifan lokal telah menjadi habitus pada masyarakat adat di Kabupaten Tabanan Bali, di mana habitus tersebut berhubungan secara dialektis dengan *subak* yang mendukung kelangsungan kearifan lokal dalam kehidupan masyarakat Desa Adat di Bali.

Daftar Pustaka

Cantika, K. 1985. *Pengelolaan Air Subak di Bali.* Proyek Irigasi Bali Denpasar.

Carey, J.W. 1989. *Communication As Culture, Essay an Media and Society*. Amerika Serikat : Pshycology Press

Effendy, Onong U. 1989. *Kamus Komunikasi.* Bandung: Mandar Maju.

Martiningsih, N.E. 2012. *Pelestarian Subak dalam Upaya Pemberdayaan Kearifan Lokal*

Miles ,M.B.,& Huberman,M.A. 2007. *Analisis Data Kualitatif*. Tjetjep Rohendi Rohidi, penerjemah. Jakarta : Universitas Indonesia

Moon, W. J. 2012. *Rituals and Symbols In Community Development. Missiology: An Internasional Review*. London : Sage Publications

Mulyana, Deddy., dan Jalaluddin Rakhmat. 1993. *Komunikasi Antarbudaya*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

_______________.2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif, Paradigma Baru Ilmu Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

_______________.2012. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar, Cetakan Keenambelas*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Pitana,G.1993. *Subak* : *Sistem Irigasi Tradisional di Bali.Dalam Subak Sistem Irigasi Tradisional di Bali* (ed. G. pitana)., Denpasar : Upada Sastra

Pudja, Sudharta, Tjok Rai. 1978. *Menawa Dharma Sastra*.

Salahudin, M. 1999. *Pembangunan Pertanian Integral dari Pembangunan Nasional*. Jakarta : Utama

Suhardono, E. 1994.*Unsur-unsur Peranan.* Jakarta : Utama

Sutawan, N. 1983. *Keberadaan Purapada Subak,* Dinas Kebudayaan Propinsi Bali.

Komunikasi Santun : Perspektif Etis dan Realistis

Ali Nurdin

Pendahuluan

Manusia memiliki kemampuan yang berbeda-beda dalam menyampaikan isi hati dan menyampaikan semua keinginannya pada orang lain. Perbedaan cara menyampaikan ini dapat dimaknai sebagai sebagai rahmat dari sang pencipta alam sekaligus dapat dimaknai sebagai potensi perselisihan. Dalam perspektif Freud (1920) yang merumuskan teori barunya dari yang berpusat pada dorongan seksual menjadi ke dorongan berkehidupan menyatakan bahwa hasrat untuk merusak (insting kematian) sama kuatnya dengan hasrat untuk mencintai (insting kehidupan, seksualitas) (Fromm, 2000 : xv).

Perbedaan sebagai rahmat, dalam perspektif Freud sebagai insting kehidupan yaitu hasrat untuk mencintai dapat dimaknai sebagai potensi kekayaan intelektual yang telah diberikan oleh Allah SWT untuk manusia. Dengan potensi intelektual yang dimiliki, manusia dijadikan oleh Allah sebagai makhluk ciptaan yang memiliki derajat tertinggi di antara makhluk ciptaan yang lain. Manusia memiliki daya intelektual yang tidak dimiliki oleh hewan, manusia juga memiliki kekuatan dan naluri untuk berkompetisi sebagaimana yang dimiliki hewan. Daya intelektual yang dimiliki oleh manusia harus dapat bermanfaat bagi kesejahteraan orang lain, bermanfaat bagi manusia yang lain, bermanfaat bagi makhluk lain, dan bahkan harus bermanfaat bagi alam sekitar. Ajaran Islam yang dapat dijadikan pedoman adalah "sebaik-baik manusia adalah yang dapat bermanfaat bagi yang lainnya". Inilah yang dinamakan sebagai rahmat.

Perbedaan ini juga sekaligus menjadi potensi perselisihan (konflik) dalam perspektif Freud disebut sebagai insting kematian yaitu hasrat untuk merusak. Dalam perspektif komunikasi, perbedaan ini adalah

sebuah keniscayaan yang setiap detik, setiap menit, dan setiap jam dapat memicu terjadinya konflik antar sesama karena perbedaan persepsi dan pandangan. Perbedaan karakter dan kepentingan dapat menjadi pemicu perselisihan manusia dalam kehidupan berkeluarga, bertetangga, bermasayarakat, dan bernegara. Manusia diciptakan oleh Tuhan sang pencipta terdiri dari berbagai golongan dan jenis, terdiri dari berbagai jenis kulit, suku, ras, bangsa, dan lain sebagainya (QS. Al-Hujuraat ;13). Semuanya diciptakan dalam perbedaan untuk dipersatukan. Sungguh sebuah keindahan dalam kehidupan manusia karena dapat bersatu padu dalam perbedaan. Dan ini adalah sebuah rahmat bagi seluruh alam semesta.

Dua potensi yang dimiliki oleh manusia sebagaimana tersebut di atas (potensi rahmat dan potensi konflik) merupakan *sunnatullah* yang kejadiannnya terjadi secara spontanitas, dalam kedamaian komunikasi tiba-tiba terjadi perbedaan pendapat, dalam kedamaian berkeluarga terjadi perbedaan pandangan, begitu juga dalam kedamaian bermasyarakat dan bernegara selalu dibayangi dengan perbedaan pendapat dan perselisihan.

Daya intelektual yang dimiliki manusia telah memberikan ruang kebebasan dalam berkarya dan berkreasi. Karya dan kreasi manusia dimplememtasikan dalam kehidupan sehari-hari dan tentunya melibatkan aspek komunikasi sebagai ruang penyampaian ke area publik. Komunikasi menjadi salah satu dimensi dalam kehidupan yang tidak boleh terlewatkan. Komunikasi tidak hanya sekedar sebagai dimensi ‘penopang’ namun sudah menjadi dimensi penentu keberhasilan dan kesuksesan dalam kehidupan manusia.

Komunikasi menjadi inti kehidupan sehari-hari, dalam berkeluarga, bermasyarakat, berbangsa dan bernegara. Komunikasi menjadi pedoman dan standar dalam kehidupan bermasyarakat. Komunikasi memiliki kemampuan untuk memberikan kedamaian dalam kehidupan. Kasus-kasus konflik yang terjadi di Ambon, Aceh, dan barusan terjadi di Tolikara-Papua semuanya berawal dari kesalahpahaman dalam berkehidupan antar manusia. Keinginan untuk saling memahami antar sesama terkalahkan oleh egosentrisme kepentingan pribadi dan golongan sesaat. Intoleransi terbangun dengan perbedaan persepsi dan kesalahpahaman yang terpelihara secara masif tanpa ada keinginan untuk mencari tahu akar masalah perbedaan yang sesungguhnya terjadi.

Fenomena di atas merupakan peristiwa yang dapat terjadi di manapun. Emosi dan kemarahan dapat “meledak” setiap saat. Kebersamaan, kekeluargaan, dan persaudaraan menjadi hal penting untuk dibangun dalam rangka menghindari terjadinya perselisihan dan konflik berkepanjangan.

Perselisihan dan konflik tidak akan terjadi jika ada rasa saling memahami, menghormati, dan toleransi antar sesama. Sikap dalam berkehidupan harus terjaga dengan baik melalui ucapan dan tindakan dalam keseharian agar tidak melukai perasaan orang lain. Dengan demikian komunikasi santun akan terbangun dalam kehidupan sehari-hari. Komunikasi santun mempertemukan antara perilaku, bahasa dan pesan, serta penggunaan media yang santun, tidak saling melukai namun saling menghargai, tidak saling “menyindir” namun saling ada keterbukaan, tidak saling berprasangka buruk namun ada ketulusan dalam hati, tidak saling meninggikan ego pribadi namun menyetarakan ego pribadi dengan yang lain. Komunikasi santun memberikan ruang untuk saling menyetarakan kepentingan pribadi dengan kepentingan orang lain atau golongan lain.

Tinjauan Pustaka

1. Etika Komunikasi

Ada perbedaan pandangan tentang konsep dan implementasi etika dalam kehidupan sehari-hari. Perbedaan pandangan ini dilatarbelakangi oleh ajaran agama dan konteks budaya yang melekat dan berkembang pada masyarakat setempat. Tradisi dan budaya yang berkembang pada masyarakat setempat ikut andil dalam memberi ruang dalam menentukan etika yang berlaku pada masyarakat tersebut. Tradisi dan budaya ini juga dipengaruhi oleh kepercayaan, keyakinan, dan nilai serta ajaran agama yang di anutnya. Kepercayaan dan keyakinan yang dianut pada masyarakat tertentu mempengaruhi pola etika kehidupan sehari-hari. Nilai-niliai yang terkandung dalam ajaran agama memberikan doktrin yang kuat pada etika seseorang.

Etika seringkali dikaitkan dengan moral. Seorang ahli jiwa dari Jenewa Prof. Norman Sartorius mengatakan bahwa kajian etika berusaha untuk menggambarkan tentang kesesuaian tindakan seseorang dengan masyarakat umum, atau standar ideal tentang kebaikan dan keburukan

yang berhubungan dengan keseimbangan yang terjadi pada masyarakat. Sementara itu moral berusaha menggambarkan tentang standar kejujuran yang berlaku dan dapat memberikan *entry-point* pada masyarakat tertentu (Okasha dkk, 2000 : 3). Etika adalah standar-standar moral yang mengatur perilaku, bagaimana kita bertindak dan mengharapkan orang lain bertindak (Verderber, 1978 dalam Mulyana, 1996:v).

Etika dalam pandangan Islam adalah sepadan dengan akhlak, dan moral. Etika Islam mengajarkan dan menuntun manusia kepada tingkah laku yang baik dan menjauhkan diri dari tingkah laku yang buruk. Dalam etika Islam yang menjadi sumber moral, ukuran baik buruknya perbuatan, didasarkan pada ajaran Al-qur'an dan Sunnah Rasul (Ya'qub, 1991 : 14).

Standar etika juga dapat diketahui dalam konteks komunikasi antar pribadi. Untuk mengetahui etika dalam komunikasi Jhon Condon (dalam Johannesen, 1996 : 148) memberikan rambu-rambu sebagai indikator etika ketika seseorang melakukan komunikasi yaitu adanya keterusterangan, keharmonisan sosial, ketepatan, kecurangan, konsistensi kata dan tindakan, menjaga kepercayaan, dan menghalangi komunikasi.

2. Karakter Dasar Komunikasi Manusia

Manusia bertindak dan melakukan komunikasi antar manusia selalu didasari dengan fakta bahwa apa yang dilakukan oleh manusia tidak dapat lepas dari karakter dasar manusia. Menurut Horney (1945) ada tiga sikap dasar yang berhubungan dengan seseorang terhadap dirinya sendiri dan orang lain yang disebut sebagai kecenderungan neurotik (*neurotic trends*) yaitu pertama, mendekati orang lain, kedua, melawan orang lain, dan ketiga, menjauhi orang lain (Feist dan Feist, 2010a : 202-207).

Pertama, sikap mendekati orang lain. Konsep dalam sikap ini memiliki kecenderungan ketika mendekati orang lain dalam konteks mencari perlindungan diri dari perasaan ketidakberdayaan. Hal ini merupakan sumber dasar mengapa melakukan pendekatan pada orang lain. Jika tidak melakukan pendekatan pada orang lain, dirinya merasa dalam tekanan, bahaya, dan bahkan ancaman, maka seseorang akan segera melakukan pendekatan pada orang lain sebagai bentuk ketidakberdayaannya. Kebutuhan yang ingin dipenuhi atas sikap dasar mendekati orang lain adalah kasih sayang dan penerimaan, menemukan teman yang berpengaruh atau kuat untuk melindungi dirinya. Ciri-ciri

orang yang memiliki sikap dasar ini biasanya memiliki sifat yang ramah dan penuh cinta kasih. Dalam psikologi orang yang memiliki sikap dasar ini disebut juga dengan sifat kepribadian penurut (*The Compliant Personality*).

Kedua, sikap melawan orang lain. Konsep dalam sikap ini memiliki kecenderungan ketika melawan orang lain disebabkan karena tidak adanya perlindungan, permusuhan, dan ketidakramahan orang lain. Seseorang akan melakukan tindakan melawan orang lain jika dirinya dalam ancaman dan permusuhan. Sikap dasar ini biasanya dilakukan untuk mencari kekuasaan, pemerasan, penghargaan, ingin dihormati dan dikagumi, dan ingin mencapai prestasi pribadi. Ciri-ciri orang yang memiliki sikap dasar ini memiliki kemampuan untuk bertahan di lingkungan yang kompetitif. Dalam psikologi orang yang memiliki sikap dasar ini disebut juga dengan sifat kepribadian agresif (*The Aggressive Personality*).

Ketiga, sikap menjauhi orang lain. Konsep dalam sikap ini memiliki kecenderungan selalu ingin menjauhi orang lain karena memiliki perasaan yang terpisah dengan orang lain. Seseorang akan melakukan tindakan menjauhi orang lain jika dirinya merasa memiliki kemandirian dan kebebasan, kesempurnaan dan gengsi. Ciri-ciri orang yang memiliki sikap dasar ini memiliki kemampuan untuk mandiri dan memiliki ketenangan dalam hidupnya. Dalam psikologi orang yang memiliki sikap dasar ini disebut juga dengan sifat memisahkan diri (*The Detached Personality*).

Ketiga sikap dasar yang dimiliki manusia pada umumnya sebagaimana dijelaskan di atas merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan peristiwa komunikasi yang dilakukan manusia. Ketiga sikap dasar di atas didalamnya selalu melekat adanya komunikasi. Manusia hidup dengan masyarakat sekitar dengan menerapkan tiga sikap dasar sesuai dengan kebutuhan kepribadiannya. Dialektika terjadi di antara ketiga sikap, ada yang mendekati orang karena ketidakberdayaannya, ada yang memusuhi orang lain karena persaingan dan gengsi yang didapat dari lingkungannya, dan ada yang berusaha memisahkan dirinya dengan lingkungan sekitarnya karena sudah merasa memiliki kemandirian dan ketenangan.

Karakter dasar manusia juga dapat dilihat dalam empat perspektif yaitu aliran psikologi psikoanalisis, aliran psikologi behaviorisme, aliran psikologi kognitif, dan aliran psikologi humanisme.

a. Karakter Dasar Manusia Menurut Aliran Psikoanalisis

Tokoh yang menggagas aliran psikoanalisis adalah Sigmund Freud, lahir 6 Maret 1856 di Freibreg, Moravia (sekarang bagian Republik Ceko). Ahli psikoanalisis ini telah diakui oleh dunia psikologi sebagai Bapak Psikoanalisis. Sumbangsih terbesarnya adalah gagasan tentang teori kepribadian. Freud memiliki keyakinan bahwa manusia termotivasi oleh dorongan-dorongan utama yang belum atau tidak mereka sadari. Menurut Freud kehidupan mental terbagi menjadi dua tingkat yaitu alam tidak sadar dan alam sadar. Alam tidak sadar terbagi menjadi dua tingkat yaitu alam tidak sadar dan alam bawah sadar (Feist dan Feist, 2010a: 27-30).

Alam tidak sadar (*unconscious*) menjadi tempat bagi segala dorongan, desakan, maupun isnting yang tidak disadari tetapi ternyata mendorong perkataan, perasaan, dan tindakan. Seringkali kita melakukan apa yang tidak kita sadari sehingga kita tidak memiliki kemampuan untuk menjelaskan apa yang kita lakukan. Banyak orang menyampaikan perasaannya namun tidak kuasa memberikan argumen rasional dari apa yang dikatakannya. Inilah faktor alam tidak sadar yang dimiliki manusia. Freud meyakini bahwa alam tidak sadar ini dapat dibuktikan secara tidak langsung. Alam tidak sadar merupakan penjelasan dari makna yang ada di balik mimpi, kesalahan ucap, dan berbagai jenis lupa.

Alam bawah sadar (*preconscious*) memuat semua elemen yang tidak disadari, tetapi dapat muncul dalam kesadaran dengan cepat atau agak sukar. Sumber isi alam bawah sadar adalah persepsi sadar (*conscious perceptions*) dan alam tidak sadar. Persepsi sadar memberikan peran bahwa apa yang dipersepsikan orang dapat masuk ke dalam alam bawah sadar dengan cepat dan berinetraksi di dalamnya. Sementara alam tidak sadar menyelinap ke alam bawah sadar tanpa sensor yang berarti.

Alam sadar (*conscious*) adalah elemen-elemen mental yang setiap saat berada dalam kesadaran. Ada dua pintu masuk ke alam sadar yaitu kesadaran perseptual (*perceptual conscious*) dan struktur mental. Kesadaran perseptual terbuka pada dunia luar dan berfungsi sebagai perantara bagi persepsi kita tentang stimulus dari luar. Hal-hal yang dapat dirasakan melalui indera dan tidak dianggap mengancam masuk ke dalam alam sadar. Sementara dalam struktur mental mencakup gagasan-gagasan yang tidak mengancam yang datang dari alam bawah sadar atau gambaran-gambaran yang membuat kecemasan pada seseorang yang datang dari alam bawah sadar.

Selanjutnya, Freud memiliki keyakinan bahwa perilaku manusia merupakan hasil dari interaksi sub-sistem dalam kepribadian manusia yaitu *Id, Ego,* dan *Superego* (Rakhmat, 2000:19-20). *Id* adalah bagian kepribadian yang menyimpan dorongan-dorongan biologis manusia (insting hawa nafsu). *Id* bergerak berdasarkan prinsip kesenangan, ingin segera memenuhi kebutuhannya. *Id* bersifat egoistis, tidak bermoral dan tidak mau tahu dengan kenyataan. *Id* adalah tabiat hewani manusia.

Ego adalah sub-sistem kedua yang ada dalam kepribadian manusia. *Ego* berfungsi untuk menjembatani tuntutan *Id* dengan realitas dunia luar. *Ego* memiliki kemampuan untuk mengendalikan hasrat hewani manusia dengan tuntutan rasional dan realistik. *Ego* bergerak dalam prinsip realitas.

Superego adalah sub-sistem ketiga dalam struktur kepribadian manusia. *Superego* adalah unsur moral, hati nurani yang merupakan internalisasi dari norma-norma sosial dan kultural masyarakat setempat.

Menurut aliran psikoanalisis, perilaku manusia merupakan interaksi antara elemen biologis (*Id*), elemen psikologis (*ego*), dan elemen sosial (*superego*).

Konsep psikoanalisis dari Sigmund Freud dapat dijadikan sebagai kerangka dasar dalam komunikasi antar manusia. Penting untuk menyadari bahwa struktur mental dalam diri manusia tersusun melalui alam tidak sadar, alam bawah sadar, dan alam sadar. Ketika berkomunikasi dengan orang lain yang harus diperhatikan adalah apakah perilaku dan tindakan orang berasal dari alam tidak sadar, alam bawah sadar dan alam sadar-nya. Dengan mengetahui struktur mental tersebut kita dapat menuyusun seperangkat mental untuk menghadapi dan mengantisipasinya komunikasi apa yang akan dilakukan.

Untuk mencapai komunikasi yang santun, etis dan efektif perlu memperhatikan pendapat Gordon Allport (1937) tentang kepribadian yang matang, atau dalam istilah lain dikategorikan sebagai pribadi yang sehat (sehat psikologis). Menurut Allport ada enam kriteria kepribadian yang matang dalam konteks komunikasi antar manusia yaitu 1) perluasan perasaan diri, 2) hubungan yang hangat dengan orang lain, 3) keamanan emosional atau penerimaan diri, 4) persepsi yang realistis, 5) *insight* dan humor, dan 6) filosofi kehidupan yang integral (Feist dan Feist, 2010b : 87-88)

Pertama, perluasan perasaan diri. Seseorang yang memiliki kepribadian matang mampu mengembangkan perasaan dirinya menuju

ke luar dirinya atau lingkungan sekitarnya, mereka tidak terpusat pada dirinya sendiri namun terbuka untuk kepentingan lingkungan sekitarnya, baik dalam dunia kerja, permainan, maupun yang lainnya. Menurut Gordon Allport ; semua orang mempunyai rasa cinta terhadap diri sendiri (*self-love*), namun hanya perluasan atas diri yang menjadi penanda kematangan pribadi.

Kedua, hubungan yang hangat dengan orang lain. Seseorang yang memiliki kepribadian yang matang memiliki kemampuan untuk mencintai orang lain dengan cara-cara yang simpatik. Hubungan yang hangat dapat tergantung pada konsep perluasam diri yang dimiliki seseorang. Manusia yang sehat secara psikologis memperlakukan orang lain dengan rasa hormat, menyadari bahwa kebutuhan, keinginan, dan harapan orang lain merupakan hal yang tidak sepenuhnya asing dengan milik mereka sendiri.

Ketiga, keamanan emosional atau penerimaan diri. Seorang yang memiliki kepribadian yang matang dapat menerima diri mereka apa adanya, tidak terlalu sedih jika tertimpa musibah, dan tidak terlalu bergembira jika diberi kenikmatan. Dalam konsep ajaran agama dinamakan dengan *qona'ah.* Seseorang yang memiliki hal demikian disebut dengan keseimbangan emosional.

Keempat, persepsi yang realistis. Seseorang yang memiliki kepribadian yang matang memiliki pandangan yang realistis sesuai dengan kenyataan yang terjadi. Dia memiliki pandangan yang sama dengan yang dimiliki orang-orang di sekitarnya, dan tidak mementingkan pendapat pribadinya, melainkan fokus pada persoalan yang sedang terjadi dan dihadapinya.

Kelima, *insight* dan humor. Seseorang yang memiliki kepribadian yang matang memiliki kemampuan untuk mengenali dirinya sendiri, mengenal kelemahan dirinya sehingga tidak mudah menyalahkan orang lain. Mereka juga memiliki selera humor yang hangat dan tidak cenderung kasar. Manusia yang sehat dapat melihat diri mereka dengan lebih obyektif tanpa melihat dan mempertontonkannya dengan penuh kepalsuan.

Keenam, filosofi kehidupan yang integral. Seorang yang memiliki kepribadian yang matang memiliki pandangan yang jelas mengenai tujuan hidup mereka. Filosofi kehidupan yang integral dapat berupa nilai religiusitas sebagai panduan dalam kehidupan yang dijalani.

b. Karakter Dasar Manusia Menurut Aliran Behaviorisme

Aliran behaviorisme mengatakan bahwa segala sesuatu yang dilakukan oleh manusia dipengaruhi oleh lingkungan sekitar. Manusia memiliki ketidakberdayaan dari pengaruh lingkungan sekitar, manusia bersifat pasif, dan terbentuk oleh lingkungan. Pandangan tentang karakter dasar manusia menurut aliran behaviorisme ini dikatakan sebagai aliran radikal dalam psikologi. Tokoh penggagas aliran radikal ini adalah John B. Watson yang menyatakan bahwa cara yang sah secara ilmiah untuk memahami semua hewan, termasuk manusia adalah dengan mengamati perilaku mereka secara langsung dan seksama. Pandangan ini ditentang oleh Mead, karena manusia bukanlah hewan yang pasif, manusia mempunyai kualitas yang aktif dari pada hewan atau alam. Oleh karenanya Mead mengatakan teorinya dengan behaviorisme sosial (Mulyana, 2001 : 65).

Perbedaan pandangan tentang karakter dasar manusia ini berimplikasi pada cara memandang manusia sebagai individu dan manusia sebagai bagian dari masyarakat. Dalam perspektif behaviorisme radikal, setiap perilaku manusia dipengaruhi oleh lingkungan sekitarnya oleh karena itu yang dapat diamati adalah perilaku yang nampak, dapat diamati, dan terukur. Sementara dalam paham behaviorisme sosial yang di gagas George Herbert Mead memandang manusia memiliki peran aktif dalam kehidupan sosialnya. Manusia dapat menentukan sendiri apa yang ingin dilakukan pada lingkungan sekitarnya.

Karakter dasar manusia ini juga berimplikasi pada tindakan sosial yang dilakukan pada masyarakat sekitar. Max Weber mengatakan bahwa tindakan sosial merupakan tindakan yang disengaja, disengaja bagi orang lain dan bagi sang aktor sendiri, yang pikiran-pikirannya aktif saling menafsirkan perilaku orang lainnya, berkomunikasi satu sama lain, dan mengendalikan perilaku dirinya masing-masing sesuai dengan maksud komunikasinya (Mulyana, 2001 : 61).

Perilaku komunikasi yang didasari oleh karakter manusia dengan bentuk pasif memiliki kecenderungan sifat yang introvet dan lebih senang menunggu tindakan orang lain, baru kemudian melakukan tindakan komunikasi sebagai respon atas tindakan orang lain. Manusia dengan latar belakang ini memiliki sifat mendahulukan orang lain daripada dirinya sendiri.

Perilaku komunikasi manusia yang didasari oleh karakter manusia

yang aktif memiliki kecenderungan sifat yang ekstrovet dan lebih senang mendahului tindakan komunikasi orang lain. Tipe manusia ini tidak mau menunggu respon orang lain, melainkan selalu aktif mendahului tindakan komunikasi orang lain.

c. Karakter Dasar Manusia Menurut Aliran Kognitif

Aliran psikologi kognitif menyatakan bahwa manusia memiliki kekuatan dalam berpikir (*homo sapiens*). Menurut Descartes dan Kant, jiwalah (*mind*) yang menjadi alat utama pengetahuan, bukan alat indera (Rakhmat, 2000 : 26). Aliran ini memberikan kritik yang tajam pada aliran behaviorisme radikal yang menyatakan manusia itu pasif. Konsep pengetahuan yang dimiliki manusia tidak sepenuhnya dipengaruhi oleh alat indera sebagai wujud sifat pasif yang dimiliki manusia, namun ada pikiran yang dapat menggerakkan perilaku dan tindakan manusia. Aliran ini sejalan dengan asumsi-asumsi yang dikembangkan dalam aliran behaviorisme sosial George Herbert Mead yang memandang manusia memiliki sifat aktif yang dibangun dari pikiran. Manusia adalah organisme aktif yang menafsirkan dan bahkan mendistorsi lingkungan (Rakhmat, 2000 : 27).

Karakter dasar manusia yang dilatar belakangi pemikiran aliran kognitif ini memiliki kecenderungan bahwa manusia bertindak dan bertingkah laku dikendalikan oleh pikirannya. Pikiran yang baik dan positif dapat membentuk perilaku komunikasi yang baik. Demikian juga sebaliknya, jika pikiran yang buruk mendominasi seseorang maka perilaku dan tindakannya juga akan buruk.

d. Karakter Dasar Manusia Menurut Aliran Humanistik

Abraham Maslow pada tahun 1954 pernah menulis sebuah surat berkaitan dengan psikologi humanistik yang berbunyi : “orang-orang yang menaruh minat pada studi ilmiah tentang kreativitas, cinta, nilai-nilai yang lebih tinggi, otonomi, pertumbuhan, aktualisasi diri, dan pemuasan kebutuhan dasar” (Misiak dan Sexton, 2009 : 125). Tulisan Maslow ini kemudian menjadi inspirasi dalam perkembangan aliran humanistik yang memiliki tujuan utama yaitu mendeskripsikan secara lengkap apa artinya sebagai manusia, yaitu mendeskripsikan bakat-bakat bawaan manusia, pertumbuhan, kematangan, penurunan, interaksi dengan lingkungan fisik dan sosialnya, lingkup dan jenis pengalamannya, dan tempatnya di alam raya. (Misiak dan Sexton, 2009 : 132)

Aliran humanistik lahir untuk mengisi ruang yang belum dibahas dalam aliran psikoanalisis, behaviorisme, maupun koginitf. Psikologi humanistik melihat bahwa manusia berkembang dengan dunia pengalaman pribadi. Asumsi aliran humanistik ini terlihat dalam pandangan Carl Roger (Rakhmat, 2000 : 32) sebagai berikut :

1. Setiap manusia hidup dalam dunia pengalaman yang bersifat pribadi.
2. Manusia berperilaku untuk mempertahankan, meningkatkan, dan mengaktualisasikan diri.
3. Individu bereaksi pada situasi sesuai dengan persepsi tentang dirinya dan dunianya.
4. Anggapan adanya ancaman terhadap diri akan diikuti oleh pertahanan diri.
5. Kecenderungan batiniah manusia adalah menuju kesehatan dan keutuhan diri.

Perhimpunan Psikologi Humanistik mencatat empat ciri psikologi yang berorientasi humanistik sebagai berikut :

1. Memusatkan perhatian pada *person* yang mengalami dan karenanya berfokus pada pengalaman sebagai fenomenon primer dalam mempelajari manusia.
2. Menekankan pada kualitas-kualitas yang khas manusia, seperti memilih, kreativitas, menilai, dan realisasi diri, sebagai lawan dari pemikiran tentang manusia yang mekanistik dan reduksionistik.
3. Menyandarkan diri pada kebermaknaan dalam memilih masalah-masalah yang akan dipelajari dan prosedur-prosedur penelitian yang akan digunakan, serta menentang penekanan yang berlebihan pada obyektivitas yang mengorbankan signifikansi.
4. Memberikan perhatian penuh dan meletakkan nilai yang tinggi pada kemuliaan dan martabat manusia serta tertarik pada perkembangan potensi yang inheren pada setiap individu (Misiak dan Sexton, 2009 : 131).

Karakter dasar manusia yang dilatar belakangi oleh aliran humanistik dapat membentuk perilaku dan tindakan manusia yang lebih memanusiakan manusia, menghargai hak dan martabat seseorang, memberikan ruang toleransi yang besar bagi setiap orang, memiliki kemampuan mendengarkan orang lain, dan senang melakukan kebaikan.

Syarat-Syarat Komunikasi Santun

Berdasarkan karakter dasar yang dimiliki manusia yang telah dijelaskan di atas, ada tiga syarat yang harus diperhatikan dalam melakukan komunikasi santun yaitu perilaku yang santun, bahasa dan pesan yang santun, dan penggunaan media yang santun.

a. Perilaku yang Santun

Perilaku atau tindakan seseorang sangat terkait dengan karakter kepribadian yang dimiliki seseorang. Ada perilaku yang lebih cenderung menonjolkan karakter *Id* yang melekat dalam dirinya. Dalam perspektif aliran Freudian, orang yang berperilaku dengan karakter *Id* yang lebih menonjolkan insting hewani. Cara berpikir ini jika tidak difilter dengan ego yang dimiliki maka perilaku komunikasinya akan cenderung tidak terkontrol dan bahkan di luar nalar lingkungannya.

Perilaku yang santun dalam perspektif aliran freudian dilahirkan dari keseimbangan antara ide atau gagasan antara yang keluar dari *Id*, dikontrol oleh *ego* dan selanjutnya diperhalus oleh elemen *superego* dalam bentuk senutuhan nurani dan moral. Elemen *superego* menjadi pertahanan terakhir dari perilaku seseorang. Sentuhan lingkungan sosial yang baik dapat memberikan pengaruh pada perilaku seseorang.

Perilaku yang santun dalam perspektif aliran behaviorisme dipengaruhi oleh lingkungan sekitarnya, yaitu keluarga, sekolah, dan masyarakat sekitarnya.

Sementara perilaku yang santun dalam perspektif aliran kognitif dimulai dari pikiran yang dimiliki oleh seseorang. Pikiran dapat mempengaruhi perilaku seseorang. Apa yang dikatakan seseorang merupakan cermin dari pikiran, dan apa yang diucapkan juga merupakan cermin dari perilaku keseharian.

Perilaku yang santun dalam perspektif aliran humanistik dipengaruhi oleh pengalaman hidup seseorang. Pengalaman seseorang mempengaruhi perilaku sehari-hari. Pengalaman seseorang diperoleh melalui belajar dari lingkungan sekitar. Dalam perspektif teori belajar, Skinner mengenali dua bentuk pengondisian yaitu pengondisian klasik dan operan. Dalam pengondisian klasik, suatu respon diperoleh dari sebuah organisme dengan suatu stimulus yang spesifik dan dapat diidentifikasi. Jelas dan kasat mata dalam penginderaan manusia.

Sementara itu pengondisian operan perilaku seseorang terpancar dan muncul begitu saja secara spontanitas (Feist dan Feist, 2010b : 166-167).

b. Bahasa dan Pesan yang Santun

Bahasa merupakan alat yang digunakan oleh seseorang untuk menyampaikan pesan. Penggunaan bahasa yang santun merupakan cermin dari pesan yang santun. Bahasa yang santun memperhatikan struktur kata, kalimat, dan konteks sosial sesuai kearifan lokal yang berlaku pada masyarakat setempat. Di Indonesia yang memiliki karakter penduduk multi etnik, bahasa terkadang menjadi standar nilai kesopanan. Bagi orang-orang Jawa, terutama orang Jawa Tengah dan Yogyakarta, penggunaan bahasa dapat dijadikan standar nilai kesopanan seseorang. Penggunaan bahasa dalam penyampaian pesan kepada orang yang memiliki usia lebih tua harus dibedakan dengan penggunaan bahasa pada seseorang yang memiliki usia lebih mudah, usia sebaya, dan sebagainya. Bahasa yang digunakan harus memiliki standar kesopanan dalam perspektif lokal.

Bahasa dalam perspektif lokal ini banyak dipengaruhi oleh nilai-nilai lokal yang melekat pada masayarakat setempat. Bahasa yang digunakan juga cenderung bahasa daerah (Bahasa Jawa). Demikian juga bagi daerah-daerah lain, misalnya, etnik Batak, Bugis, Papua, Bali, Madura dan etnik-etnik yang lain.

Bangsa Indonesia memiliki bahasa pemersatu yaitu Bahasa Indonesia. Bahasa Indonesia memiliki struktur kata dan kalimat sesuai dengan ketentuan susunan kata dalam bahasa Indonesia. Ada dua karakteristik dalam praktek penggunaan bahasa Indonesia yaitu pertama, penggunaan Bahasa Indonesia secara formal dan kedua penggunaan Bahasa Indonesia dalam kehidupan sehari-hari.

Penggunaan Bahasa Indonesia secara formal dapat dilakukan melalui tulisan-tulisan dengan mengunakan bahasa Indonesia yang baku, mencerminkan subyek, obyek, dan prediket dalam penulisannya. Sementara itu, penggunnan bahasa Indonesia dalam kehidupan sehari-hari banyak dipengaruhi oleh budaya lokal setempat. Dialek lokal setempat banyak mewarnai penggunaan bahasa Indonesia. Pengaruh dialek lokal tersebut mencerminkan seseorang berasal dari etnik mana. Dari dialek tersebut identitas seseorang dapat segera di ketahui dari mana asal orang tersebut.

Karakter budaya masyarakat juga terlibat mewarnai penggunaan bahasa dalam keseharian. Etnik dengan karakter intonasi pembicaraan yang keras mempengaruhi komunikasi seseorang dengan jenis etnik yang memiliki intonasi pembicaraan yang lebih lembut. Misalnya, karakter intonasi pembicaraan sebagian orang etnik Batak yang cenderung memiliki nada tinggi ketika berbicara ketika bertemu dengan seorang berlatar belakang etnik Solo, Jawa akan memberikan kesan pada etnik Solo tersebut bahwa orang Batak sebagai seorang yang suka marah dan sebagainya. Sebaliknya, kesan yang didapat oleh etnik Batak ketika bertemu dengan etnik Solo yang sebagian memiliki karakter sebaliknya yaitu lebih halus dalam berbicara sebagai orang yang kurang semangat dalam berbicara.

Contoh fenomena di atas merupakan sebuah dilema dalam penggunaan bahasa dalam komunikasi. Penggunaan bahasa yang santun berimplikasi pada pesan yang santun pula. Pesan yang santun dikonstruksi melalui penggunaan bahasa yang memiliki standar nilai-nilai kesantunan sesuai dengan karakter bangsa Indonesia. Penggunaan bahasa dengan dialek budaya lokal setempat harus dipahami sebagai kekayaan dan bagaian dari khazanah bahasa dalam komunikasi. Yang diperlukan adalah saling kesepahaman dan saling mengerti karakter budaya masyarakat setempat sehingga penggunaan bahasa dalam komunikasi tidak mencerminkan pesan yang negatif namun justru bahasa dijadikan sebagai alat pemersatu bangsa.

Ukuran bahasa dan pesan yang santun dalam komunikasi dilihat dalam perspektif nilai-niai lokal yang digunakan secara tersirat maupun tersurat. Sebagian etnik memiliki kecenderungan dan karakter penggunaan bahasa dan pesan. Indikator santun dalam bahasa dan pesan juga dapat dilihat dari nilai ajaran agama yang dianut pada masyarakat setempat.

c. Penggunaan Media yang Santun

Media adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan ketika komunikasi berlangsung. Media yang digunakan ketika berkomunikasi dapat berbentuk apa saja, misalnya ; media cetak yang terdiri dari surat kabar harian, majalah mingguan, tabloid, brosur, spanduk, bahkan *standing banner*. Sementara media elektronik terdiri dari televisi, radio, film, internet, dan telpon seluler. Media komunikasi juga dapat berbentuk lambang dan simbol-simbol, isyarat *gesture*, dan sebagainya.

Media-media di atas bersifat netral sebelum digunakan. Namun ketika media tersebut digunakan, sifat media tersebut dapat berubah

tidak netral dan bahkan diarahkan sesuai dengan kepentingan yang menggunakannya.

Di sinilah pentingnya penggunaan media yang santun. Media yang santun mencerminkan etika orang yang menggunakannya. Media yang santun tidak menulis berita yang bersifat provokasi dan menyebar kebencian pada orang lain. Penggunaan media yang santun tidak menghujat, media yang santun tidak memuat berita-berita yang bersifat adu domba dan dipenuhi dengan fitnah, media yang santun menulis berita dengan santun tanpa melupakan sisi etika penulisan dan bisnis yang dikembangkan.

Komunikasi Santun dalam Perspektif Islam

Komunikasi santun dalam perspektif Islam mengacu pada pola komunikasi yang dilakukan Nabi Muhammad SAW sebagai pemimpin umat manusia di muka bumi ini. Istilah komunikasinya dikenal sebagai komunikasi profetik yang digunakan untuk kategori-kategori etis (Syahputra, 2007 :129).

Nilai-nilai etis inilah yang dikontsruksi kembali menjadi sebuah sandaran bagi kesadaran pelaku komunikasi dalam kehidupan sehari-hari. Nilai-nilai yang telah ada dan melekat pada para nabi dijadikan sebagai *prototype* pola komunikasi santun.

Komunikasi santun dilakukan berdasarkan apa yang tertera dalam Al-qur'an dan hadis. *Nash-nash* yang terkandung di dalamnya merupakan tuntunan bagi manusia tentang apa yang harus dilakukan dan dihindari dalam hidup bermasyarakat. Al-qur'an dan hadis mengatur kapan seorang muslim harus bicara dan kapan seorang muslim harus diam (Gunara, 2009 :3).

Jalaluddin Rakhmat dalam bukunya *Islam Aktual* mengatakan bahwa kata kunci untuk melacak komunikasi dalam Al – Qur'an adalah melalui kata *al bayan* dan *qawl* (Rakhmat, 1993 : 77). *Al-bayan* dapat ditemukan dalam surat Ar Rahman ayat 4. Menurut Al-Hasan, yang dimaksud dengan *al-bayan* adalah berbicara (Ad-Dimasyqi, 2008 ; 208).

Said Quthub menafsirkan ayat ini sebagai berikut :

> "Allah menyebutkan penciptaan manusia dan pemberian kepadanya sifat kemanusiaan yang agung ; *al bayan*. Allah menciptakan manusia, mengajarnya penuturan ; Kita melihat manusia bertutur,

membuat ibarat, menjelaskan, saling memahami dan saling menjawab sesamanya, lantas kita melupakan kebesaran pemberian ini, keagungan keluar-biasaan ini, sehingga al-Qur'an menyadarkan kita dari kelupaan itu dan membangunkan kita agar memperhatikan bagaimana manusia diajarkan penuturan. Sesungguhnya dia bermula dari satu benih yang memulai kehidupannya dalam rahim, benih sederhana yang kecil, lemah dan hina, yang hanya dapat dilihat dengan alat pembesar, dan hampir-hampir tidak nyata. Tetapi benih ini tidak lama kemudian menjadi janin, janin yang tersusun dari berjuta-juta benih membesar, berdaging, bertulang, berurat, berdarah, berlendir dan berkulit. Kemudian membentuk anggota, indera dengan tugas-tugasnya yang dasyat, pendengaran, penglihatan, perasaan, penciuman, penyentuhan.... akhirnya keluar-biasaan yang agung dan rahasia yang besar, yaitu pendapat dan penuturan, *bayan*, dan *idrak*, *syu'ur,* dan ilham. Semua itu berasal dari satu benih sederhana yang kecil, lemah, dan hina"(Nurdin, 2011 : 57).

Penjelasan Said Quthub di atas merupakan penjabaran dari konsep *al bayan* yang ada dalam Al-qur'an. Konsep *al bayan* merupakan konsep komunikasi profetik yang diturunkan dari Al – Qur'an. Manusia diajari untuk bertutur kata yang baik dengan lawan bicaranya.

Sementara itu istilah *qawl* terdapat dalam beberapa ayat yang dapat dijadikan sebagai prinsip-prinsip komunikasi dalam al-Qur'an yaitu ; *qawlan sadidan* yaitu pembicaraan yang benar, jujur, lurus, tidak bohong, tidak berbelit-belit (QS : An Nissa' ; 9, Al Ahzab ; 70), *qawlan balighan* yaitu komunikasi yang jelas maknanya, terang, dan tepat mengungkapan apa yang dikehendaki (komunikasi efektif) (QS : An Nissa' ; 63), *qawlan maysuran* yaitu perkataan yang pantas, yang tidak menimbulkan ketersinggungan pada orang lain (QS : Al Isra' ; 28), *qawlan layyinan* yaitu kata-kata yang lemah lembut (QS : Thaahaa ; 44), *qawlan kariman* yaitu perkataan yang mulia, yang tidak membuat orang marah (QS : Al Isra' ; 23), dan *qawlan ma'rufan* yaitu kata-kata yang baik (QS : An Nissa' ; 5).

Pembahasan

Realitas Komunikasi Interpersonal

Setiap orang merasakan kehadiran komunikasi interpersonal dalam kehidupan sehari-hari. Mulai dari bangun tidur sampai menjelang tidur kembali. Dalam prakteknya, komunikasi interpersonal mewarnai setiap

dimensi kehidupan manusia. Secara teoritis, komunikasi yang dilakukan manusia adalah untuk memenuhi kehidupannya sebagai makhluk sosial yang selalu membutuhkan kehadiran dan peran orang lain dalam kehidupannya.

Keinginan yang baik dari manusia dalam memenuhi kehidupannya tidak selalu segaris dengan realitas yang terjadi dan dihadapi. Manusia seringkali dihadapkan pada problema hubungan dengan orang lain. Ada seseorang ketika melakukan komunikasi dengan lawan bicaranya lebih mementingkan dirinya sendiri tanpa memahami, dan bahkan menyadari peran dan kehadiran orang lain.

Realitas seperti di atas selalu hadir dan mewarnai dalam kehidupan masyarakat. Ketidaksepahaman tentang pesan yang disampaikan, buruknya perilaku di luar standar etis yang berlaku menambah problema komunikasi interpersonal. Konflik antar individu terjadi di mana-mana, konflik dalam keluarga, konflik dengan saudara, konflik dengan tetangga, konflik dengan teman kerja, konflik dengan orang-orang di lingkungan sekitarnya.

Ada orang tua yang dilaporkan ke polisi karena menelantarkan anaknya[1], ada seorang guru yang menampar muridnya karena muridnya dianggap malas belajar dan tidak disiplin, dan begitu juga sebaliknya ada murid yang memukul gurunya[2], ada seorang suami yang dibunuh istrinya, atau sebaliknya karena perselisihan dalam rumah tangga[3]. Peristiwa semua ini terjadi berakar dari perilaku manusia dalam kehidupan sosialnya. Manusia memiliki kecenderungan di luar kontrol pikirannya. Manusia sangat mendambakan kesenangan dan kehidupan yang dramatis. Karenanya jika ia tidak bisa memperoleh kepuasan yang lebih tinggi, ia akan menciptakan drama kedestruktifan untuk dirinya sendiri (Fromm, 2000 : xxvi).

Penyebab terjadinya konflik antar individu ketika komunikasi terjadi juga dikarenakan teknik penyampaian pesan dan penggunaan bahasa yang buruk. Pesan yang disampaikan banyak mencederai lawan bicaranya. Dalam perspektif Islam, pola bicara dalam Islam dilalui mengikuti proses adanya keinginan untuk berbicara. Proses ini selalu mempertimbangkan aspek syari'at yaitu kesesuaian dengan ajaran dalam Al-Qur'an dan Hadis, dan maslahat bagi orang lain. Jika sudah memenuhi dua aspek tersebut baru dilanjutkan pembicaraannya, tetapi jika belum maka lebih baik diam (Gunara, 2009 : 5).

Rasululllah ketika berkomunikasi dengan orang lain selalu menggunakan kata-kata yang sesuai dengan tingkat pemikiran lawan bicara, yaitu ; pertama, pernyataan singkat dan jelas, namun padat maknanya. Kedua, berbicara di bawah pemikiran pendengar. Ketiga, kalau diulang, maksimal tiga kali (Gunara, 2009 : 109).

Penyelesaian konflik dalam komunikasi interpesonal dapat dilakukan melalui cara-cara yang etis dan bermoral. Penanaman perilaku yang baik sejak dini mulai dari keluarga, sekolah, dan lingkungan sekitar menjadi pedoman dasar dalam menapaki kehidupan dalam masyarakat.

Menurut Habermas, ada empat anggapan yang mendasari semua komunikasi insani yang normal, lancar, dan tanpa keraguan yaitu pertama, partisipan menerima bahwa semua pernyataan yang dibuat dapat dipahami, tata bahasa dan makna pernyataannya dapat dimengerti orang lain. Kedua, partisipan menganggap bahwa setiap pernyataan benar-benar mewakili hal-hal yang ada, disetujui, dan faktual. Ketiga, partisipan beranggapan bahwa setiap pernyataan sungguh-sungguh dan secara akurat mencerminkan maksud sebenarnya dari orang lain. Keempat, partisipan menganggap bahwa pernyataan itu pantas, maksudnya serasi dengan nilai-nilai dan peraturan sosial bersama yang relevan (Johannesen, 1996 : 52).

Komunikasi interpersonal yang baik dan yang tidak menimbulkan konflik dengan orang lain harus dilandasi dengan beberapa hal, yaitu pertama, pembicaraan yang benar, jujur, lurus, tidak bohong, tidak berbelit-belit. Kedua,komunikasi yang jelas maknanya, terang, dan tepat mengungkapan apa yang dikehendaki (komunikasi efektif). Ketiga, perkataan yang pantas, yang tidak menimbulkan ketersinggungan pada orang lain. Keempat, penggunaan kata-kata yang lemah lembut. Dan kelima, perkataan yang mulia, yang tidak membuat orang marah, kata-kata yang baik.

Realitas Komunikasi Kelompok dan Organisasi

Kelompok dan organisasi adalah tempat berkumpulnya orang-orang yang memiliki tujuan dan kepentingan bersama dalam rangka mencapai tujuan kelompok dan organisasinya. Organisasi adalah sebuah kelompok individu yang dioorganisasikan untuk mencapai tujuan tertentu (Devito, : 337). Tujuan dan kepentingan yang telah ditetapkan bersama tersebut dapat memperkuat kesolidan sesama anggota, namun juga tidak menutup kemungkinan membuka perselisihan dan konflik yang terbuka ketika ada kepentingan yang berbeda. Mereka berebut

kekuasaan dalam rangka melanggengkan kepentingan dan tujuan yang diinginkan.

Realitas yang terjadi banyak kelompok dan organisasi yang "pecah belah" karena kepentingan merebut kekuasaan. Dalam sebuah kelompok ada persaingan antar teman untuk meraih kekuasaan, dalam organisasi pun terjadi hal demikian. Banyak intrik dalam organisasi yang menjerumuskannya dalam perpecahan. Ada organisasi partai politik yang dirundung perselisihan yang tidak ada ada selesainya, misalnya ; Partai PKB, Partai Golkar, Partai PPP dan perselisihan sejenis yang dapat diselesaikan oleh organisasinya.

Realitas seperti di atas merupakan bagian dari karakter sebuah organisasi. Karakteristik organisasi meliputi sifat dinamis, memerlukan informasi, mempunyai tujuan, dan struktur (Muhammad, 2001 ; 29). Empat karakteristik dalam organisasi ini selalu melekat dalam organisasi. Dalam perspektif teori pengorganisasian organisasi dipandang bukan sebagai struktur atau kesatuan, tetapi suatu aktivitas (Sendjaja, 1994 : 158). Oleh karena itu lebih sesuai untuk disebut sebagai "pengorganisasian" dari organisasi. Sebab organisasi adalah sesuatu yang akan dicapai oleh sekelompok orang melalui proses yang terus menerus dilaksanakan. Dengan demikian, suatu aktivitas akan menciptakan organisasi, maka pengorganisasian dilakukan secara berkesinambungan.

Pengaruh seseorang dalam sebuah organisasi sangat berperan penting dalam menjalankan sebuah organisasi. Dalam perspektif teori fusi dari Bakke dan Argyris mengatakan bahwa organisasi, hingga suatu tahap tertentu mempengaruhi individu, sementara pada saat yang sama individu-pun mempengaruhi organisasi (Pace dan Faules, 2000 : 61). Teori ini mengibaratkan pengaruh seseorang dalam organisasi seperti *kepingan* mata uang yang tidak terpisahkan.

Faktor komunikasi sangat besar perannya dalam menciptakan iklim organisasi yang menguntungkan bagi pimpinan maupun bawahan (anggota organisasi). Untuk mencapai sasaran komunikasi yang efektif, maka diperlukan pernyataan dasar yang harus diperhatikan. Oleh setiap pimpinan yaitu (1) tersedianya umpan balik dan proses mendengarkan yang efektif, (2) kesungguhan hati, (3) memahami kebutuhan staf/ bawahan sebagai manusia, (4) pemilihan waktu yang tepat, dan (5) pemilihan saluran dan media komunikasi yang tepat (Jiwabto, 1989 : 72).

Realitas Komunikasi Bermedia

Realitas komunikasi bermedia dipahami sebagai komunikasi dengan menggunakan alat atau media tertentu. Ada media cetak yang terdiri dari surat kabar, majalah, tabloid. Ada media elektronik yang terdiri dari audio-visual yang terdiri dari televisi, film, dan internet. Ada juga media audio seperti radio, dan media audio yang lain.

Komunikasi bermedia memiliki tingkat kebebasan yang lebih tinggi daripada model komunikasi interpersonal, kelompok, dan organisasi. Kebebasan pers dikelola dalam bingkai kepentingan bisnis media. Apa yang diberitakan oleh media seringkali didominasi oleh warna kepentingan bisnis media daripada memberikan fakta dalam perspektif informasi. Berita dapat *berbelok* pada ranah yang tidak substantif (untuk tidak mengatakan penulisan berita dalam sisi negatif), berita dapat ditulis dalam perspektif semi positif yang mengakibatkan multi-tafsir bagi pembacanya.

Sebuah contoh, penulisan berita yang ditulis dalam perspektif semi positif adalah berita tentang muktamar NU dan Muhammadiyah yang peristiwanya terjadi hampir bersamaan. *Headline* harian Jawa Pos hari Senin tanggal 3 Agustus 2015 berjudul Nahdlatul Ulama Gaduh, Muhammadiyah Teduh ; Muktamar Dua Ormas Besar.

Penulisan berita dengan model perbandingan semacam ini menimbulkan multi-tafisr bagi pembacanya. Pembaca dapat mengeksekusi secara langsung makna berita tersebut. Ada yang marah karena merasa organisasi dicemarkan dengan berita semi positif, menurutnya ini bukan substansi kegiatan tersebut, namun sebuah dimanika dalam organisasi yang mencerminkan kedewasaan dalam berdemokrasi. Bagi pembaca sekaligus pengamat (baca yang ikut sebagai peserta muktamar), berita ini jelas menyakitkan hati.

Realitas komunikasi dalam ranah media audio visual lebih memprihatinkan lagi. Di radio ada program *citizen journalism*, di mana berita dapat dipublikasikan secara langsung oleh seseorang yang melihat fakta tersebut secara langsung. Pada satu sisi, memang berita tersebut sangat *up to date*, namun pada sisi yang lain, akurasi berita ini juga dapat dipertanyakan kebenarannya, apalagi seorang pemberi informasi tidak memiliki tanggungjawab moral dan sosial sebagaimana yang dimiliki oleh awak media. Mereka menginformasikan apa yang dilihat tanpa keilmuan bagaimana melaporkan sebuah berita.

Realitas komunikasi yang terjadi di dunia internet memiliki kebebasan yang lebih besar lagi. Meskipun ada undang-undang tentang publikasi melalui teknologi informasi, orang-orang belum memahami betul implikasi dari apa yang diperbuat di dunia maya tersebut. Contoh kasus; pencemaran nama baik Presiden Jokowi oleh Muhammad Arsyad alien Imen dengan mengunggah foto-foto berbau porno melalui media sosial facebook yang berujung di pengadilan, kasus Prita Mulyasari yang mencurahkan semua isi hatinya tentang pelayanan rumah sakit Omni Internasional melalui media internet dan juga berujung ke pengadilan, Kasus Benny Handoko yang yang dihukum enam bulan dengan masa percobaan satu tahun karena mencemarkan nama seseorang melalui akun twiternya[4].

Realitas komunikasi yang terjadi pada media televisi lebih diwarnai oleh kepentingan politik dan bisnis pemilik media. Contoh kasus ; siaran langsung penghitungan suara pada pemilihan umum presiden tahun 2014. Metro TV yang berhaluan politik kepentingan dengan calon presiden Jokowi-JK setiap hari menanyangkan pemberitaan kegiatan kampanye Jokowi-JK. Begitu juga TVone yang setiap hari menayangkan kegiatan kampanye Prabowo-Hatta. Keduanya melupakan kepentingan ruang publik sebagai pemilik hak siaran publik. Televisi cenderung menyiarkan fakta permukaan daripada menggali data yang dapat membantu permasalahan masyarakat (Syahputra, 2007 : 183).

Contoh-contoh kasus di atas merupakan sedikit realitas komunikasi bermedia. Kasus-kasus yang lain masih banyak lagi dengan berbagai perspektif. Kebebasan pers telah mewarnai pola bermedia bagi pemilki media dan juga penikmat media. Albert Camus seorang ahli filsafat dari Perancis mengatakan : sebuah pers yang bebas sudah tentu dapat menjadi baik (bagus) atau menjadi buruk, namun tanpa kebebasan pers tadi sudah dapat dipastikan persnya tidak akan menjadi apa-apa, hanyalah suatu keburukan belaka (Assegaff, 1993 : 25).

Menurut Kasemin (2014 : 12) kebebasan pers merupakan konsep ideal sebagai sarana menuju demokratisasi, namun dalam praktiknya kebebasan pers tidak berjalan liniear, ada aspek-aspek lain yang mempengaruhi proses produksi dan konsumsi isi pers yaitu 1) faktor intern pers yang meliputi ; ideologi, kualitas SDM dan profesionalisme insan pers,, 2) faktor ekstern yaitu masyarakat dan pemerintah sebagai konsumen dan sumber berita, 3) investor (pemodal) dan *advertiser*

(pengiklan).

Tiga faktor di atas saling mendominasi dalam pemberitaan pers. Mereka bertarung dan berdiskusi untuk memenangkan pengaruhnya. Pemenangnya menjadi penentu isi berita pers. Ada kepentingan lain yang acapkali "mereduksi" fakta ketika ia menjadi berita. Artinya, berita-berita pers tidak akan pernah sama persis dengan fakta empiris, sehingga selalu ada perbedaan antara realitas empiris dengan realitas media (Kasemin, 2014 : 12).

Kebebasan media dalam pemberitaan juga diwarnai oleh kepentingan bisnis dan politik media. Dalam teori ekonomi politik media, isi media merupakan komoditas untuk dijual dipasaran, dan informasi yang disebarkan diatur oleh apa yang akan diambil oleh pasar. Sistem ini merujuk pada operasi yang konservatif dan tidak berbahaya, menjadikan jenis program tertentu dan saluran media tertentu dominan dan yang lainnya terpinggirkan (Littlejohn, 2009 : 433).

Media (pers) menampilkan ruang sempit yang dimanipulasikan ke dalam ruang yang besar. Media membawa fakta kecil dalam skala yang lebih besar. Peristiwa yang terjadi di - *blow up* secara besar-besaran sehingga pembaca, pendengar, dan pemirsa dapat mengeneralisasikan ruang yang sempit menjadi ruang yang lebih besar.

Kesimpulan

Komunikasi dalam perspektif etis maupun realitis selalui hadir dalam segala dimensi komunikasi. Realitas ini terjadi pada domain komunikasi interpersonal, kelompok, organisasi, dan komunikasi bermedia. Problema komunikasi yang saat ini banyak dirasakan adalah minimnya kemampuan berkomunikasi yang santun. Komunikasi santun adalah komunikasi yang memiliki elemen dasar yaitu perilaku yang santun, bahasa dan pesan yang santun, serta penggunaan media yang santun. Ketiga elemen dasar ini telah diajarkan kepada manusia sejak ia dilahirkan. Jika didikan orang tua dan lingkungan sekitar mampu menjadikan pribadi manusia yang memiliki perilaku yang santun, penggunaan bahasa dan pesan yang santun, dan penggunaan media yang santun, maka tidak akan terjadi konflik yang berkepanjangan antar manusia karena semua dinamika kehidupan dilalui dengan komunikasi yang santun. Komunikasi yang santun telah menjadi akar dan menjadi panduan dalam kehidupan antar manusia.

1. Anak Ditelantarkan : Orang Tua Korban: Anak Saya Sangat Nakal dan Jago Akting, dalam http://www.tribunnews.com/metropolitan/2015/05/15/
2. Berteriak di Kelas, Siswi SMP Ditampar Guru dalam : http://news.detik.com/berita/2173466/ dan juga Murid Hajar Guru Dengan Ponsel dalam : http://inet.detik.com/read/2007/12/14/084355/866851/398/
3. Suami Bunuh Istri Hamil Tua Divonis Mati, Hakim: Reno Tidak Gila Dalam : http://news.detik.com/berita/2937364
4. Mereka yang Dipenjara karena Media Sosial dalam http://metro.news.viva.co.id/news/read/553069

Daftar Pustaka

Ad-Dimasyqi, Al Imam Abul Fida Ismail Ibnu Kasir. 2008. *Tafsir Ibnu Kasir Juz 27*, Terjemahan ; Bahrun Abu Bakar. Bandung : Sinar Baru Algensindo.

Assegaff, Djafar H. 1993. *Islam dan Tantangan Abad Informasi.* Jakarta : Penerbit Media Sejahtera.

DeVito, Josep A. 1997. *Komunikasi Antar Manusia : Kuliah Dasar,* Jakarta : Profesional Books

Feist, Jess dan Gregory J. Feist 2010a. *Teori Kepribadian, Buku 1.* Edisi 7. Jakarta : Salemba Humanika

Feist, Jess dan Gregory J. Feist. 2010b. *Teori Kepribadian, Buku 2.* Edisi 7. Jakarta : Salemba Humanika

Fromm, Erich 2000. *Akar Kekerasan ; Analisis Sosio-Psikologis atas Watak Manusia*. Terjemahan : Imam Muttaqin. Yogyakarta : Pustaka Pelajar

Gunara, Thorik 2009. *Komunikasi Rasulullah ; Indahnya Berkomunikasi Ala Rasulullah.* Bandung : Simbiosa Rekatama Media.

Jiwabto, Gunawan. 1989. *Pengantar Komunikasi Administrasi,* Jakarta : Ghalkia Indonesia

Johannesen, Richard L. 1996. *Etika Komunikasi*. Editor : Deddy Mulyana dan Dedy Jamaluddin Malik. Bandung : Remaja Rosyda Karya

Kasemin, Kasiyanto. 2014. *Sisi Gelap Kebebasan Pers*. Jakarta : Kencana

Littlejhon, Stephen W. dan Karen A. Foss, 2009. *Teori Komunikasi.* Jakarta ; Salemba Humanika

Misiak, Henryk dan Virginia Staudt Sexton. 2009. *Psikologi Fenomenologi, Eksistensial, dan Humanistik; Suatu Survey Historis.* Penerjemah : E. Koswara. Bandung : PT. Refika Aditama.

Muhammad , Arni. 2001. *Komunikasi Organisasi.* Jakarta : Bumi Aksara

Mulyana, Dedd. 1996. *Pengantar dalam Richard L. Johannesen. Etika Komunikasi. Editor : Deddy Mulyana dan Dedy Jamaluddin Malik*. Bandung : Remaja Rosyda Karya.

Mulyana, Deddy. 2001. *Metode Penelitian Kualitatif; Paradigma Ilmu*

Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya. Bandung : Remaja Rosyda Karya.

Nurdin, Ali. 2011. *Taksonomi Komunikasi Dalam Al-Qur'an.* Surabaya : IAIN Sunan Ampel Press.

Okasha, Ahmed, Julio Arboleda Flores, dan Norman Sartorius. 2000. *Ethics, Culture, and Psychiatry : International Perspective*. London, American Psychiatric Press, Inc

Pace, R. Wayne dan Don Faules. 2000. *Komunikasi Organisasi,* Bandung : Remaja Rosyda Karya

Rakhmat, Jalaluddin. 1993. *Islam Aktual*. Bandung : Mizan

Rakhmat, Jalaluddin. 2000. *Psikologi Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosyda Karya

Sendjaja, Sasa Djuarsa. 1994. *Teori Komunikasi,* Jakarta : Universitas Terbuka

Syahputra, Iswandi. 2007. *Komunikasi Profetik ; Konsep dan Pendekatan*. Bandung : Simbiosa Rekatama Media

Ya'qub, Hamzah .1991. *Etika Islam*. Bandung : CV. Diponegoro

Sumber Lain :

http://www.tribunnews.com/metropolitan

http://news.detik.com/berita

http://metro.news.viva.co.id/news

Bagian 2. Komunikasi : Budaya dan Lokalitas

Mewawas Makna Simbol Budaya (Dalam Pengalaman dan Tantangan)

Bambang EdHar

Pendahuluan

Benar kata Edward T Hall (1973) dalam bukunya *The Silent Language* menyatakan budaya adalah komunikasi dan komunikasi adalah budaya. Kebudayaan mempengaruhi kegiatan komunikasi yang meliputi topik pembicaraan, apa perlu basa-basi, menyelingi lelucon, atau mempertimbangkan siapa pelaku komunikasi dan sebagainya. Komunikasi antar budaya yang penuh dengan nuansa simbol budaya lebih rumit dibanding komunikasi dengan orang yang berbudaya sama. Pelaku komunikasi dituntut mengerti dan memahami bahasa verbal dan non verbal dan nilai – nilai ataupun simbol budaya yang dipergunakan dalam proses interaksi antar pendukung budaya dimaksud. Hal ini menjadi penting untuk meningkatkan kepekaan terhadap adanya perbedaan budaya, sebagai salah satu cara mengeliminir terjadinya konflik.

Sebagai bangsa Indonesia, yang kaya dengan suku dan budaya, sebagian warga telah menjalin hubungan antar suku yang penuh dengan empati dan persahabatan, tetapi sebagian lainnya jalinan hubungannya masih didasarkan pada pemahaman sosiologis, terutama stereotip yang bersumber tidak langsung, tidak melalui interaksi tatap muka berdasarkan pergaulan dan pengalaman langsung bersifat psikologis. Suku lain masih dianggap sebagai warga asing, walaupun dekat dan bertetangga. Kenyataan ini menjadi potensi terjadinya konflik komunikasi antar budaya, sebab menurut pandangan "perspektif Arnet" masalahnya ada pada komunikasi dari posisi yang terpolarisasikan yakni ketidak mampuan seseorang untuk mempercayai atau beranggapan bahwa pendapatnya salah dan pendapat orang lain yang benar. Kata

Gudykunts dan Kim (1992 : 258) setiap kegiatan komunikasi ditandai dengan retorika bahwa "kita benar" dan "mereka salah". Dengan kata lain, setiap kelompok budaya cenderung etnosentris yang memandang budayanya yang lebih baik dari budaya lainnya dan mengukur nilai budaya lain dengan nilai budaya sendiri. Dalam suatu masyarakat akan selalu ada kelompok atas yang menguasai kelompok bawah, kelompok ini dibagi berdasarkan kekuasaan, kemampuan, kekayaan, kekuatan, dsb. Kelompok bawah (yang lemah) akan "ditindas" dan menjalankan kehendak kelompok atas. Fenomena ini akhirnya memicu timbulnya konflik antar kelompok. Selain hal tersebut kurangnya integrasi dalam masyarakat, perbedaan paham atau kepentingan juga sebagai faktor timbulnya konflik. Menurut Krisberg (1982) konflik adalah berbedanya tujuan masing- masing manusia (individu), kelompok,dan etnis dalam suatu negara dan bangsa. Juga Coser (1956) menyatakan bahwa konflik adalah prilaku dan kondisi seseorang yang tengah dilakukannya dan juga perbedaan fokus dan pemahaman manusia.

Di balik konflik antaretnis di Indonesia yang memecahkan satu kesatuan bangsa jika ditelisik lebih mendalam terdapat sumbu yang membuat satu etnis dengan etnis lainnya hanya memperlihatkan rasa keaku-akuannya, rasa "kami", dan "mereka", mereka melihat etnis lain adalah kelompok luar darinya, dan etnis luar melihat etnis lain sebagai musuh baginya. Setiap konflik yang berujung SARA bermula dari konflik individu yang kemudian mengarah ke konflik kolektif yang mengatasnamakan etnis. Kasus konflik Tarakan, Kalimantan Timur, berawal dari salah seorang pemuda Suku Tidung yang melintas di kerumunan Suku Bugis, lantas dikeroyok oleh lima orang hingga tewas karena sabetan senjata tajam. Konflik Tarakan menjadi memanas nyatanya tersimpan dendam ke Suku Bugis yang lebih maju menguasai sektor ekonomi. Faktor ekonomi juga menjadi penyebab utama konflik di bangsa ini, dalam kasus sebuah klub kafe di Bilangan Jakarta Selatan "Dari Blowfish Ke Ampera" antara Suku Ambon dan Suku Flores yang berawal dari perebutan jasa penjaga preman hingga konflik tersebut mengarah ke konflik etnis. Sampai pada sidang pengadilan masing-masing pihak yang bertikai masih menunjukan etnosentrisnya.

Friksi antar budaya ini sering terjadi dan dalam fenomena kecil, friksi simbol budaya yang dimaknai berbeda bisa menjadi pendorong konflik, seperti ada pada pengalaman anekdot berikut.

Gadis Solo berpacaran dengan perjaka Batak. Suatu saat mereka pergi kepesta, si gadis berpakaian kebaya. Ketika jalan menyeberang, sang pacar membimbing gadisnya dengan berjalan cepat. Si gadis berkata - Mas ojo *kesusu* sambil berupaya menepis tangan pacarnya. Sang pacar marah, sampai di pinggir jalan berkata "Apa pula kau ini, aku baru megang di punggung sudah dibilang *ke - susu*" (*kesusu* Bahasa Jawa artinya tergesa-gesa / terburu – buru, sedangkan dalam Bahasa Indonesia artinya organ vital wanita / susu)

Pemuda Jawa naksir gadis Dayak (Kenyah) Kalimantan Timur. Setelah berkenalan dan *ngobrol* dengan akrab, si gadis Dayak berkata "Ayo main ke lamin saya". Sang pemuda Jawa gagap dan salah tingkah. Karena penasaran lalu ia mengikuti si gadis yang berjalan menuju sebuah rumah dan menunjuk "ini ke *lamin* saya". Dalam Bahasa Dayak Kenyah *lamin* berarti rumah.

Alkisah masa kini, seorang menteri negara Indonesia mengunjungi temannya seorang menteri negeri Antahberantah. Setelah upacara kenegaraan, ia diajak bertandang ke rumah menteri temannya itu. Rumahnya mewah, pekarangannya luas, ada kolam renangnya, lapangan tenis dan fasilitas lainnya. Menteri Indonesia bertanya "Tuan gaji seorang menteri di sini pasti banyak, maka tuan bisa membangun rumah pribadi sangat indah dan mewah". Menteri negeri Antahberantah diam, berjalan membuka jendela dan tampak Gunung Fujiyama dan bendungan air yang menyuburkan pertanian di sekitarnya. Ia berkata "Tuan menteri Indonesia, Anda lihat bendungan itu sangat berguna bagi petani di sini, dahulu pertanian disini tidak sesubur sekarang". Apa hubungannya dengan rumah ini tanya menteri Indonesia. Jawab menteri negeri Antahberantah, "Sebagian dana membangun jembatan itu ada di rumah ini."

Suatu saat ganti menteri Jepang berkunjung ke Indonesia dan diajak ke rumah menteri Indonesia. "Wah rumah tuan sangat mewah, tentu gaji menteri di Indonesia besar," kata menteri negeri Antahberantah. Menteri Indonesia diam, berjalan membuka pintu mengajak temannya keluar ke halaman samping rumah. " Tuan coba lihat di sebelah barat, itu ada bendungan air yang menyuburkan pertanian, produksinya meningkat berlipat ganda," kata menteri Indonesia. Sang teman bingung, ia tidak melihat ada bendungan. "Tuan saya tidak melihat di sana ada bendungan air", katanya. Lalu menteri Indonesia menjawab dengan

tenang "Benar tuan, seluruh dana membangun bendungan ada di rumah ini " (Konotasinya masa kini banyak pejabat di Indonesia yang korupsi).

Analisis Kritis

Penggunaan bahasa verbal bisa menimbulkan konflik, sebab satu kata bagi suku tertentu berbeda maknanya bagi suku lain. Sebagai misal, kata *bujur* , Bahasa Sunda artinya "pantat", Bahasa Batak Karo artinya "terima kasih", dan Bahasa Banjar di Banjarmasin artinya "lurus ". Pada contoh ini, bisa dicerna bagaimana jika banyak suku berbeda berkomunikasi dan salah satu mengucapkan kata "bujur", apa yang terjadi ? Bisa jadi kata bagi budaya tertentu bermakna positif, tetapi budaya lain bisa bermakna negatif. Seperti kata Tubbs dan Moss (1994) , "… penguasaan bahasa lain yang minim pada tingkat pribadi, bisa menimbulkan kesulitan segera". Deskripsi lain, pengalaman *blusukan* ke Banjarmasin… seorang menteri bertanya kepada gubernur Kalimantan Selatan "Apa petani di sini *butuh pacul ?*". Lalu gubernur menjawab dengan malu – malu " Petani di sini *butuhnya tidak pacul*" Bahasa Banjar *butuh artinya alat kelamin pria* dan *pacul* artinya *copot* atau *lepas.* Jawaban gubernur tepat (alat kelamin petani disini tidak lepas). Sang menteri mendengar jawaban tersebut sangat bingung. Hal ini bisa terjadi karena arti kata sebagai simbol mempunyai makna arbitrer (sewenang – wenang) sesuai dengan nilai budaya yang diyakininya. Konteksnya dengan kegiatan komunikasi, makna setiap kata berada pada pembicara / komunikator, bukan terletak pada kata itu dan pemaknaan oleh komunikan. Maka ketika orang Bali yang tengah tertawa gelak – gelak ditegur temannya dari Sunda dengan kata *cicing* marah – marah, karena kata cicing dalam bahasa Bali artinya anjing dan dalam bahasa sunda artinya *diam.*

Komunikasi antar budaya tidak hanya secara verbal, tetapi secara khas setiap budaya mempunyai perilaku komunikasi yang bersifat unik, karena isyarat anggota tubuh, cara bicara misalnya mempunyai karakteristik berbeda. Orang Batak dan Riau kepulauan nada bicaranya keras, berbeda dengan orang Jawa Solo atau Yogyakarta. Karakteristik itu turut mewarnai stereotip seseorang tentang citra orang Batak dan Riau kepulauan kasar menurut suku Jawa dan orang Jawa terkenal cara bicaranya halus. Hal ini menunjukkan , kita tidak menyadari bahwa persepsi tersebut bisa menumbuhkan rasa tidak senang pada orang Batak dan Riau yang menunjukan kekasaran. Sikap dan perilaku kita yang

dibentuk oleh stereotip mereka kasar, keras, suka berkelahi, nekat, bisa jadi mereka benar seperti itu, atau mereka hanya mengasari kita. Namun bagi orang Batak sendiri kekasarannya tersebut merupakan keberanian, kejujuran, kelugasan dan tegar. Mereka beranggapan orang Jawa berperilaku halus, tetapi penakut, lemah dan suka basa-basi. Kenyataan itu membentuk stereotip berbeda, kekasaran bagi orang Batak berarti kejujuran, sedangkan bagi suku lain berarti tidak sopan. Demikian pula kelembutan bagi orang Jawa berarti sopan dan santun, tetapi bagi orang Batak bisa jadi berarti kemunafikan.

Analoginya tidak ada hubungan kausalitas antara nada suara dengan kekasaran. Kerasnya suara dan kekasaran perilaku karena terbentuk oleh lingkungan hidupnya. Perilaku yang ditampilkan suku lain sering diartikan tidak sopan, kurang ajar, aneh, seperti membawa golok (orang Betawi, Madura, Daya) kemana-mana bahkan pada saat bertamu. Kesukaan makan daging ajing (orang Sumatera, Sulawesi, Flores). Memakai blankon (orang Jawa). Perilaku itu sesuatu yang wajar sebab budaya yang diyakininya menuntut untuk itu dan apa yang dikenakan tersebut merupakan perkakas sehari-hari. Menurut Schutz (1962 : 56) menyatakan makna perkakas … berdasarkan tujuan untuk apa perkakas itu dirancang dan kemungkinan digunakan oleh orang lain. Bagi orang Betawi dan Madura golok dibawa-bawa untuk mencari nafkah. Demikian pula orang modern seperti pejabat, dosen kemana-mana membawa pulpen dan *handphone* yang fungsinya tidak jauh berbeda dengan golok bagi orang Betawi dan Madura , sama-sama untuk mencari nafkah.

Asumsi asumsi di atas barulah pada tataran budaya yang bersifat artifisial yakni bahasa verbal dan non verbal. Setiap suku selalu hidup dalam ruang, waktu dan sosial tertentu. Mereka hidup menganut sistem simbol yang mempunyai makna khas berbeda yang dianut suku lainnya. Karena itu diperlukan adaptasi kultural yang komprehensip, agar terjadi proses memahami dunia makna simbol dan menerima apa adanya.

Ada kemungkinan, banyak di antara kita yang tidak mengetahui berapa banyak suku dan budaya di wilayah negara Indonesia. Belum lagi karakteristik interaksi dan komunikasi mereka, hal ini disebabkan adanya keterbatasan hubungan intens antar ruang dan waktu, juga tidak banyak penelitian yang berelevansi dengan fenomena makna simbol budaya. Diketahui penelitian yang ada lebih bersifat positivistik dengan ukuran etik metodologi yang ditetapkan peneliti. Masih tergolong langka

ada penelitian yang bersifat induktif dengan asumsi mempertimbangkan bagaimana setiap suku memandang dinamika kehidupan mereka sendiri. Deskripsi pragmatis pendekatan deduktif sebagai acuan aktual seperti yang terjadi pada masa lalu (Orde Baru – atau sampai sekarang). Pandangannya bersifat etnosentris dengan anggapan masyarakat Indonesia teridentifikasi kuantitatif yang direkayasa untuk memberikan legitimasi kebijakan yang menguntungkan bagi sekelompok tertentu dan merugikan masyarakat luas. Gambaran realistis terjadinya benturan makna dan nilai sosial antara pemerintah dan masyarakat seperti peristiwa "menaikkan harga dasar listrik, telepon dan bahan bakar minyak" mengundang konflik vertikan dan horizontal. Buruh dan pengusaha melakukan protes secara bersama-sama, demikian pula berbagai organisasi kemasyarakatan, mahasiswa dan masyarakat gencar melakukan demonstrasi. Fenomena baru muncul, selama ini belum pernah terjadi (catatan penulis) kegiatan demonstrasi secara bersama antara buruh dan pengusaha untuk menentang suatu kebijaksanaan. Jika konflik ini diwawas identifikasinya berawal telah terjadi konflik idea tentang makna pesan, kemudian muncul dampak yang me-prenetrasi langsung menyentuh kebutuhan hidup, sehingga memotivasi rasa ketidakpuasan. Pengekpresian ketidakpuasan membentuk perilaku negatif terhadap makna pesan kebijakan dalam wujud aksi fisik, yang menimbulkan konflik fisik antara masyarakat dengan pemerintah. Munculnya konflik fisik tersebut bisa jadi karena adanya akumulasi penetrasi sosial yang kuat dan berdampak langsung terhadap beban hidup sehari-hari, terjadi depresi, stress atapun apatis. Selain itu, simbol makna pesan yang berkonotasi dengan simbol kemapanan seseorang juga mendorong terjadinya konflik horisontal, seperti munculnya kecemburuan sosial, berprasangka buruk antar individu atau golongan maupun penerimaan perilaku orang lain dalam kemunafikan.

Pengalaman praktis dialami di Flores, sebagai upaya memberikan gambaran mengenai dunia makna simbol budaya kesukuan. Di Flores populasi hewan anjing sangat tinggi, hampir setiap sudut wilayah bisa ditemukan hewan itu. Realitas tersebut terasa aneh bagi orang Aceh, tetapi menjadi wajar bagi orang Batak, Minahasa dan orang Flores. Sebab bagi mereka daging anjing bisa untuk dimakan seperti komoditas daging ayam dan sapi. Pemahaman makna itu berbeda bagi orang Aceh yang mengharamkan hewan anjing. Membatasi dan membunuh anjing

di Aceh hal biasa, tetapi di Flores membunuh anjing bisa memicu kemarahan warga dan konflik fisik lebih luas. Memberikan pemahaman makna apa adanya adalah sikap dan perilaku bijak. Kita tidak memakan daging anjing atau babi, tetapi tidak keberatan orang lain menyantapnya.

Menurut Mayor Polak (1979) adanya kecenderungan menilai unsur budaya lain dengan unsur kebudayaan sendiri adalah sikap etnosentris. Perasaan itu sebagai proses pengembangan sikap yang berpandangan " *in-group* " dan "*out-group*" yang ditanamkan kepada anggota pendukung etnis dengan mepertajam perbedaan sosial antar suku. Jika dukungan dan upaya mengeliminir perilaku etnis lain semakin kuat, akan mendorong timbulnya diskriminasi sosial yang berwujud dalam pola perilaku otoriter. Pola ini akan memberi penetrasi kepada etnis lain agar tidak berkembang dan etnisnya menguasai etnis lain. Sejalan dengan pendapat Gerungan (1977) bahwa diskriminasi sebagai tindakan negatif yang bercorak menghambat-hambat, merugikan perkembangannya, bahkan mengancam kehidupan pribadi orang-orang hanya oleh karena kebetulan termasuk golongan yang diprasangkai. Hal ini timbul karena pandangan stereotip yang digunakan untuk memperoleh keuntungan dan legalitas publik guna memperkuat posisi politiknya. Pola sikap prasangka buruk, etnosentris dan diskriminatif pada awalnya merupakan pola sistematis suatu kelompok etnis untuk menjalin integrasi anggotanya dalam tataran menjaga eksistensi kelompoknya dalam struktur sosial kemasyarakatan. Upaya mempertahankan pola sikap tersebut mendorong keinginan untuk menguasai atau menekan kelompok etnis lainnya dalam komunitas pergaulan sosial kemasyarakatan. Keinginan mengeksploatasi yang berhadapan dengan kekuatan mempertahankan kelompoknya, menjadi potensial terjadinya konflik idea dan fisik secara horizontal dan vertikal.

Penutup

Secara umum dapat dianalogikan, untuk menjalin hubungan antar suku, kita harus bisa menjadi komunikator yang efektif, sebab interaksi dalam komunitas kemasyarakatan selalu melalui kegiatan komunikasi. Keserasian hubungan antar suku bukan fenomena datang tiba-tiba, tetapi melalui proses komunikasi dan interaksi antar manusia yang berawal melalui perkenalan pribadi, intensitas hubungan, gaya dan ragam bahasa, cara bicara (paralinguistik), bahasa tubuh, ekspresi wajah dan aktivitas keseharian lainnya turut menentukan berhasil tidaknya komunikasi

antar budaya.

Komunikasi antar budaya yang efektif harus bersifat kooperatif terhadap etnis lain, agar pelaku komunikasi tidak ada yang merasa ditekan, dirugikan oleh cara berkomunikasi. Kita harus menghilangkan anggapan bahwa konflik yang terjadi antar etnis (kelompok budaya) tidak terhindarkan, tanpa upaya mencari solusi memecahkan permasalahannya, dengan meminimalisasikan hambatan pesikologis kultural melalui berbagai kegiatan yang kooperatif misalnya melalui jalur pendidikan. Langkah-langkah seperti Australia yang menetapkan kebijakan multibudaya, ditindaklanjuti dengan upaya pendidikan yang berorientasi pada multibudaya patut dicontoh.

Kiranya kini saatnya kita memikirkan implementasi pendidikan komunikasi antar budaya dan multibudaya dalam kurikulum pendidikan mulai dari TK, SD, Sekolah lanjutan sampai perguruan tinggi. Demikian pula meningkatkan kualitas dan kuantitas pelatihan dan lokakarya bagi birokrat, eksekutif, legislatif, buruh, pengusaha dan tokoh masyarakat dari berbagai strata.

Daftar Pustaka

Susanto, Astrid S. 1977. *Pengantar Sosiologi dan Perubahan Sosial*. Bandung : Bina Cipta

Gerungan W . A , Dr.Dipl.Psych. 1977. *Psyhologi Sosial*. Jakarta, Eresco

Gudykunst, William B and Young Kim. 1992. *Communicating With Strangers : An Approach to Intercultural Communication*. New York : MacGraw – Hill

Hall, Edward T. 1973. *The Silent Language*. Garden City : NY Anchor Books

Kaho, Josef Riwu. 1986. *Ilmu Sosial Dasar (Kumpulan Essei)*. Surabaya : Usaha Nasional

DeVito, Joseph A. 1997. *Komunikasi Antarmanusia, Ed.ke-5*. Jakarta : Professional Books

Schutz, Alfred. 1962. *Collected Papers : The Problem of Social Relity, Volume I*. The Hague : Martinus Nijhoff

Tubbs, Stewart L and Moss, Sylvia. 1994. *Human Communication, 7th Edition* New York : McGraw – Hill

Konstruksi Budaya Kohanu: Reproduksi Nilai Etika Komunikasi pada Masyarakat Suku Tolaki di Sulawesi Tenggara

Marsia Sumule Genggong

Pendahuluan

Etnis selain merupakan konstruksi biologis juga merupakan konstruksi sosial budaya yang mendapatkan artinya dalam serangkaian sosial budaya. Berbagai etnis yang berada di berbagai tempat tidak lagi berada dalam batas-batas fisik yang tegas karena keberadaannya telah bercampur dengan etnis-etnis lain yang antar mereka dan telah membagi wilayah secara bersinggungan atau berhimpitan. Dalam masyarakat yang multietnik semacam itu, kesukubangsaan menjadi sesuatu yang ditegaskan dan dipertukarkan dalam serangkaian interaksi (Abdullah, 2006:86).

Dalam proses interaksi antar etnis, selain terjadi proses kontekstualisasi dengan cara mengurangi ciri-ciri yang membedakan satu dengan lainnya untuk tujuan integrasi atau pembaruan, juga terjadi proses pelestarian dan penegasan perbedaan tersebut. Keduanya dapat menjadi proses sosial yang berjalan seiring tanpa dapat dipisahkan. Sebagaimana yang ditunjukkan Kappus (1997:76) bahwa etnisitas memiliki keberlanjutan yang dihadirkan kembali dalam kehidupan sosial masa kini.

Terlepas dari adanya proses yang menghadirkan etnisitas ke dalam suatu lingkungan sosial dan kemudian dilestarikan untuk serangkaian kepentingan, suatu etnis dengan yang lain memiliki titik pertemuan yang memungkinkan mereka mempertukarkan nilai untuk mencapai berbagai kesepakatan. Titik-titik interaksi ini merupakan wilayah persinggungan

antar perbedaan-perbedaan yang memungkinkan suatu komunikasi dan keterlibatan sosial berlangsung. Itu terjadi dalam berbagai ruang yang penuh dengan simbol.

Di tengah-tengah kehidupan sosial kemasyarakatan wilayah Sulawesi Tenggara yang bersifat multikultura, terdapat satu simbol peradaban yang mampu mempersatukan dari berbagai masalah atau persoalan yang mampu mengangkat martabat dan kehormatan mereka. Simbol peradaban itu disebut *Kalo Sara*. Aturan adat *Kalo Sara* adalah hasil kebudayaan masyarakat Tolaki ini lahir dari budi, tercermin sebagai cipta rasa dan karsa akan melandasi ketentraman, kesejahteraan kebersamaan dan kehalusan pergaulan dalam bermasyarakat.

Terdapat nilai-nilai luhur lainnya yang terkandung dalam *Kalo Sara* yang merupakan filosofi kehidupan dan menjadi pegangan. Adapun filosofi kebudayaan masyarakat Tolaki dituangkan dalam sebuah istilah atau perumpamaan, yang disebut Budaya *Kohanu* atau budaya malu. Budaya malu sejak dulu merupakan inti dari pertahanan diri dari setiap pribadi masyarakat Tolaki yang setiap saat, dimanapun mereka berada dan bertindak selalu dijaga, dipelihara dan dipertahankan. Dalam makna yang tersirat pada budaya *Kohanu* mengandung sebuah filosifi hidup bagi masyarakat Tolaki bahwa mestinya seorang manusia itu akan dianggap memiliki harga diri. Jika dalam berinteraksi dengan sesamanya memiliki karakter dan kepribadian yang positif, memiliki kualitas dan kemampuan yang tidak hanya berguna untuk dirinya namun juga bagi masyarakat atau sesamanya serta memiliki etika dan budi pekerti yang luhur. Manakala manusia sebagai mahluk yang berharga tidak melaksanakan prinsip dasar kebaikan, maka budaya *Kohanu* menjadi tolak ukur kualitas manusia tersebut. Manusia mesti memiliki rasa malu jika sudah melanggar prinsip-prinsip dasar kebaikan maka mestinya manusia tersebut memperbarui hidupnya berserta perilakunya.

Namun ketika prinsip dasar dalam budaya *Kohanu* dilanggar, maka sanksi-sanksi yang tertuang dalam *Kalo Sara* sebagai hukum adat akan menjadi penyelesaiannya. Pemberian sanksi-sanksi ini tidak hanya berlaku untuk masyarakat suku Tolaki saja namun juga akan dikenakan pada masyarakat suku lain yang berkaitan dengan pelanggaran budaya *Kohanu* tersebut. Sehingga dapat dikatakan bahwa budaya *Kohan*u menjadi landasan bersikap dan berinteraksi pada masyarakat Sulawesi Tenggara.

Secara umum masyarakat suku Tolaki adalah suatu etnis yang memiliki kepribadian yang lembut dan cenderung memilih jalan damai jika terjadi hal-hal yang bersifat konflik dan biasanya setiap masalah itu akan diselesaikan secara hukum adat. Apabila dalam penyelesaian secara adat tidak menemukan jalan keluar atau kesepakatan maka barulah masalah tersebut diserahkan kepada aparat pemerintah.

Ada beberapa hal yang menyebabkan budaya *Kohanu* dilanggar dan menjadi sebuah konflik yakni karena *Tulura* (tutur kata) atau cara berkomunikasi seseorang, *Powaihako* atau perilaku tingkah laku sehari-hari serta *Peowai* atau perbuatan atau tindakan seseorang maupun kelompok, dan *Sisala Mbonaa* yakni perbedaan pendapat atau pandangan atau perbedaan pemaknaan akan sesuatu. Hal-hal ini pulalah yang membentuk konstruksi budaya *Kohanu* menjadi sebuah landasan berinteraksi dalam masyarakat suku Tolaki dalam dimensi multikulturalisme. Agar terjadi keharmonisan antara satu dengan lainnya dan dapat hidup berdampingan.

Konstruksi Sosial

Istilah konstruksi atas realitas sosial (*sosial construction of reality*) menjadi terkenal sejak diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckman melalui bukunya yang berjudul *The Sosial Construction of Reality: A Treatise in the Sociological of Knowledge* (1966). Ia menggambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, dimana individu menciptakan secara terus menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif.

Asal usul konstruksi sosial dari filsafat konstruktivisme yang dimulai dari gagasan-gagasan konstruktif kognitif. Menurut Von Glaserfeld, pengertian konstruktif kognitif muncul pada abad ini dalam tulisan Mark Baldwin yang secara luas diperdalam dan disebarkan oleh Jean Piaget. Namun, apabila ditelusuri, sebenarnya gagasan-gagasan pokok konstruktivisme sebenarnya telah dimulai oleh Giambatissta Vico, seorang epistemolog dari Italia, ia adalah cikal bakal konstruktivisme (Suparno dalam Bungin, 2008:13)

Dalam aliran filsafat, gagasan konstruktivisme telah muncul sejak Sokrates menemukan jiwa dalam tubuh manusia, sejak Plato menemukan akal budi dan ide. Gagasan tersebut semakin lebih konkret lagi setelah Aristoteles mengenalkan istilah, informasi, relasi, individu, substansi, materi,

esensi dan sebagainya. Ia mengatakan bahwa, manusia adalah makhluk sosial, setiap pernyataan harus dibuktikan kebenarannya, bahwa kunci pengetahuan adalah logika dan dasar pengetahuan adalah fakta (Bertens dalam Bungin, 2008:13). Aristoteles pulalah yang telah memperkenalkan ucapannya '*Cogito ergo sum*' atau 'saya berfikir karena itu saya ada' (Tom Sorell dalam Bungin, 2008:13). Kata-kata Aristoteles yang terkenal itu menjadi dasar yang kuat bagi perkembangan gagasan-gagasan konstruktivisme sampai saat ini. Berger dan Luckman (Bungin, 2008:14) mulai menjelaskan realitas sosial dengan memisahkan pemahaman 'kenyataan dan pengetahuan'. Realitas diartikan sebagai kualitas yang terdapat di dalam realitas-realitas yang diakui sebagai memiliki keberadaan (*being*) yang tidak tergantung kepada kehendak kita sendiri. Pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa realitas-realitas itu nyata (*real*) dan memiliki karakteristik yang spesifik. Berger dan Luckman (Bungin, 2008:15) mengatakan terjadi dialektika antara indivdu menciptakan masyarakat dan masyarakat menciptakan individu. Proses dialektika ini terjadi melalui eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi.

Proses dialektis tersebut mempunyai tiga tahapan; Berger menyebutnya sebagai momen. Ada tiga tahap peristiwa. *Pertama*, eksternalisasi, yaitu usaha pencurahan atau ekspresi diri manusia ke dalam dunia, baik dalam kegiatan mental maupun fisik. Ini sudah menjadi sifat dasar dari manusia, ia akan selalu mencurahkan diri ke tempat dimana ia berada. Manusia tidak dapat kita mengerti sebagai ketertutupan yang lepas dari dunia luarnya. Manusia berusaha menangkap dirinya, dalam proses inilah dihasilkan suatu dunia dengan kata lain, manusia menemukan dirinya sendiri dalam suatu dunia.

Kedua, objektivasi, yaitu hasil yang telah dicapai baik mental maupun fisik dari kegiatan eksternalisasi manusia tersebut. Hasil itu menghasilkan realitas objektif yang bisa jadi akan menghadapi si penghasil itu sendiri sebagai suatu faktisitas yang berada di luar dan berlainan dari manusia yang menghasilkannya. Lewat proses objektivasi ini, masyarakat menjadi suatu realitas *suigeneri*s. Hasil dari eksternalisasi kebudayaan itu misalnya, manusia menciptakan alat demi kemudahan hidupnya atau kebudayaan non-materiil dalam bentuk bahasa. Baik alat tadi maupun bahasa adalah kegiatan ekternalisasi manusia ketika berhadapan dengan dunia, ia adalah hasil dari kegiatan manusia. Setelah dihasilkan, baik benda atau bahasa sebagai produk eksternalisasi tersebut menjadi realitas yang objektif. Bahkan ia dapat menghadapi manusia sebagai penghasil dari

produk kebudayaan. Kebudayaan yang telah berstatus sebagai realitas objektif, ada diluar kesadaran manusia, ada "di sana" bagi setiap orang. Realitas objektif itu berbeda dengan kenyataan subjektif perorangan. Ia menjadi kenyataan empiris yang bisa dialami oleh setiap orang.

Ketiga, internalisasi. Proses internalisasi lebih merupakan penyerapan kembali dunia objektif ke dalam kesadaran sedemikian rupa sehingga subjektif individu dipengaruhi oleh struktur dunia sosial. Berbagai macam unsur dari dunia yang telah terobjektifkan tersebut akan ditangkap sebagai gejala realitas diluar kesadarannya, sekaligus sebagai gejala internal bagi kesadaran. Melalui internalisasi, manusia menjadi hasil dari masyarakat. Bagi Berger, realitas itu tidak dibentuk secara ilmiah, tidak juga sesuatu yang diturunkan oleh Tuhan.

Tetapi sebaliknya, ia dibentuk dan dikonstruksi. Dengan pemahaman semacam ini, realitas berwajah ganda/plural. Setiap orang bisa mempunyai konstruksi yang berbeda-beda atas suatu realitas. Setiap orang yang mempunyai pengalaman, preferensi, pendidikan tertentu, dan lingkungan pergaulan atau sosial tertentu akan menafsirkan realitas sosial itu dengan konstruksinya masing-masing.

Etika Komunikasi

Dalam kehidupan bermasyarakat terdapat suatu sistem yang mengatur tentang tata cara manusia bergaul. Tata cara pergaulan untuk saling menghormati biasa kita kenal dengan sebutan sopan santun, tata krama, protokoler dan lain-lain. Tata cara pergaulan bertujuan untuk menjaga kepentingan komunikator dengan komunikan agar merasa senang, tentram, terlindungi tanpa ada pihak yang dirugikan kepentingannya dan perbuatan yang dilakukan sesuai dengan adat kebiasaan yang berlaku serta tidak bertentangan dengan hak asasi manusia secara umum.Tata cara pergaulan, aturan perilaku, adat kebiasaan manusia dalam bermasyarakat dan menentukan nilai baik dan nilai tidak baik, dinamakan etika.

Istilah etika berasal dari kata *ethikus* (bahasa Latin) dan dalam bahasa Yunani disebut *ethicos* yang berarti kebiasaan norma-norma, nilai-nilai, kaidah-kaidah dan ukuran-ukuran baik dan buruk tingkah laku manusia. Jadi, etika komunikasi adalah norma, nilai, atau ukuran tingkah laku baik dalam kegiatan komunikasi di suatu masyarakat.

Pembahasan

Asal Mula Orang Tolaki

Dari manakah asal mula orang Tolaki dan kapankah mereka bermukim di daratan Sulawesi Tenggara ini, belum dapat kita ketahui secara pasti, walaupun kita bisa membuat suatu dugaan sebagaimana dikatakan Tarimana. Tarimana (1989:331) menggunakan empat buah cerita rakyat yakni: (1) Oheo, yang menceritakan bahwa orang pertama nenek moyang suku bangsa Tolaki berasal dari Pulau Jawa, khususnya dari daerah kaki gunung Arjuna, kemudian kawin dengan anawai Ngguluri, salah seorang dari tujuh gadis bidadari bersaudara yang berasal dari langit. (2) Pasa'eno, yang menceritakan bahwa ia adalah putra dari Wesande, seorang wanita tanpa suami, yang menjadi hamil karena minum air yang tertampung pada daun ketika ia memotong pandan dihutan rimba di pegunungan hulu sungai Mowewe. (3) Wekoila dan Larumbalangi, yang menceritakan tentang dua orang bersaudara kandung wanita-pria yang turun dari langit dengan menumpang pada sehelai sarung. (4) Onggabo, yang menceritakan tentang laki-laki raksasa yang berasal dari sebelah timur melalui Sungai Konawe'eha dan datang di Olo-Oloho, ibu kota pertama kerajaan Konawe, dan kawin dengan Elu, cucu Wekoila.

Tarimana (1989:50) menduga orang Tolaki itu datang ke wilayah daratan Sulawesi Tenggara ini dari arah utara dan timur. Mungkin mereka yang datang dari arah utara itu berasal dari Tiongkok Selatan yang melalui Pilipina Kepulauan Mindanao Sulawesi Utara, Halmahera dan Sulawesi bagian timur, terus memasuki muara Sungai Lasolo atau Sungai Konawe'eha. Akhirnya memilih lokasi pemukiman pertama di hulu sungai itu, yakni pada suatu lembah yang luas yang dinamakan Andolaki.

Dari Andolaki inilah orang Tolaki kemudian terpencar ke utara sampai Routa, ke Barat sampai Konde'eha liwat Mowewe dan Lambo kemudian ada yang sampai di Mekongga, ke Selatan sampai di Olo-Oloho atau Konawe liwat Ambekaeri dan Asinua. Lalu ke Timur sampai di Latoma dan Asera. Orang Tolaki yang bermukim pertama di Landono dan Besulutu. Kemudian menyebar ke wilayah sebelah Timur meliputi wilayah muara Sungai Konawe'eha dan sungai Lasolo. Ke wilayah sebelah Selatan meliputi wilayah Kendari selatan di Pu'unggaluku, Tinanggea, Kolono dan Moramo. Ada juga yang menyeberang ke Pulau Wawoni'i.

Orang Tolaki yang berdiam di wilayah Kerajaan Mekongga di Kabupaten Kolaka sekarang menamakan dirinya orang Mekongga. Mereka yang berdiam di wilayah Kerajaan Konawe, yakni bagian wilayah Kabupaten Konawe menamakan dirinya orang Konawe dan mereka yang berdiam di wilayah pesisir hulu Sungai Konawe'eha bagian Utara kerajaan Konawe dan bagian utara Kerajaan Mekongga menamakan dirinya To Laiwui.

Masyarakat Tolaki Mekongga yang mendiami wilayah daratan Kabupaten Kolaka, menerapkan penggunaan hukum adat atau aturan adat pada masyarakat suku Tolaki bertujuan untuk memberikan kepastian hukum atau sanksi yang ada dalam pelaksanaan hukum adat (*Osara*) ini, menggunakan *Kalosara* sebagai lambang, atau (simbol) dalam mengekspresikan konsepsi orang Tolaki, mengenai manusia, alam semesta dengan isinya dan kebudayaannya.

Menurut Talami (2009:23) sebagai salah satu etnik yang ada di Sulawesi Tenggara, etnik Mekongga lebih banyak mendiami wilayah eks Kerajaan Mekongga, yang wilayahnya meliputi Kolaka dan Kolaka Utara. Di wilayah Kabupaten Kolaka, etnik Mekongga mendiami daerah-daerah, antara lain: Rate-Rate, Simbune, Lalolae Tinondo, Mowewe, Sabilambo, Lalombaa, Kolaka, Kolakaasi, Wundulako, Sembilas Nopember, Tikonu, Silea, Baula, Pundoho, Langori, Huku-Huko, Pomalaa, Sopura, Tanggetada serta Watubangga, dan sebagian wilayah Toari. Selain daerah-daerah dimaksud, etnik ini juga mendiami sebagian Kecamatan Wolo, meliputi; Ulu Wolo, Ulu Kalo, dan Ladahai.

Di wilayah Kabupaten Kolaka Utara (Kolut), etnik Mekongga mendiami daerah-daerah, antara lain: Wawo, Pohu, sebagian Lasusua, Mala-Mala, Lametuna, dan Tiwu. Etnik Mekongga yang berada diwilayah Kolaka dan Kolaka Utara, banyak berdampingan dengan etnik-etnik lainnya, seperti etnik Bugis, Palopo, Toraja, Makassar, Moronene, Jawa, Bali, Lombok, Buton, dan Muna serta etnik-etnik lainnya dari berbagai daerah.

Semua etnik tersebut harus mengikuti aturan adat Tolaki, di mana masyarakat suku bangsa Tolaki sangat menjunjung tinggi *Kalosara* dan memperlakukan sebagai alat atau perangkat hukum adat dalam menyelesaikan persoalan adat istiadat, maupun dalam kehidupan sosial di dalam masyarakat. Lebih dari itu, *Kalosara* dianggap sebagai benda yang keramat dan sakral serta patut dihormati dari setiap keputusan yang

dihasilkannya. Masyarakat Suku Tolaki selalu menggunakan *Kalosara* dalam penyelesaian persoalan-persoalan yang timbul, persoalan adat istiadat maupun konflik sosial di masyarakat. Untuk itu akan dijelaskan tentang mitos Osara/Kalosara.

Mitos Osara/Kalosara

Secara historis, keberadaan pemerintahan Kerajaan Konawe yang seiring dengan awal kehadiran Osara/Kalosara diduga keras ditemukan raja Putri Wekoila. Ia sekaligus sebagai peletak dasar terbentuknya Kerajaan Konawe (Sangia) di awal abad ke XI Masehi atau tepatnya pada tahun 1150 M. Zaman itu bersamaan dengan keberadaan Hindu Budha di Pulau Jawa, Sumatra, Kalimantan dan Sulawesi.

Sebelum munculnya Wekoila yang diduga beragama Hindu Budha dan dimitoskan sebagai Raja turunan Dewa dari kayangan (*Toono Ari Iwawo Sangia*) membentuk kerajaan Konawe dan sekaligus diangkat menjadi raja oleh penduduk tanah Konawe. Dituliskan bahwa suasana pemerintahan dan keadaan penduduk di seluruh tanah Konawe yang wilayahnya meliputi hampir keseluruhan jazirah daratan Tenggara Pulau Sulawesi (saat itu belum ada kerajaan Mekongga) berada dalam suasana kacau balau, tidak ada kepemimpinan/raja yang mengendalikan pemeintahan dan tidak ada aturan tata tertib yang mengatur masyarakat. Yang ada hanya para *Toono Motuo* yang mengendalikan pemerintahan di setiap kampung (*Okambo*) dan para *Pu'Utobu* yang mengendalikan pemerintahan di setiap kampung (*Okambo*) dan para *Pu'Utobu* yang mengendalikan pemerintahan wilayah *tobunya* masing-masing. Hubungan komunikasi antara satu kampung dengan kampung yang lain kecuali yang saling berdekatan, demikian juga antara *Otobu* dengan *Otobu* yang lainnya sama sekali putus.

Menurutnya, suasana kekacauan ini sudah berlangsung sejak abad VII Masehi, sebagai akibat dari terjadinya perang saudara segitiga antara kerajaan (Mokole) Padangguni, kerajaan Mokole Besilutu dan kerajaan Mokole Wawolesea. Dalam perang saudara berkepanjangan tersebut, kerajaan Besulutu dan Kerajaan Wawolesea kalah dan runtuh. Sedangkan kerajaan Padangguni yang berpusat di Abuki tampil sebagai pemenang. Meski tetap bertahan akan tetapi keadaanya juga sangat lemah sekali. Konon yang menjadi raja (*Mokole*) Padangguni pada saat munculnya Wekoila di Padangguni adalah Raja/Mokole Ndotongano

Wonua (Rundulangi), artinya raja yang berkuasa di pusat negeri Abuki.

Dalam suasana kacau balau inilah muncul seorang putri cantik di istana raja Ndotonagno Wonua di Abuki dengan mengaku dan memperkenalkan diri sebagai seorang yang diutus oleh Raja Dewa Penguasa Dunia Atas (*Sangia Iwawo Sangia*). Ia ditugaskan untuk mengatasi kekacauan yang telah lama melanda seluruh penduduk di tanah Konawe. Juga, sekaligus ditugaskan untuk membentu kerajaan Konawe dan menjadi rajanya. Untuk membuktikan dirinya bahwa ia benar-benar adalah seorang utusan Raja Dewa dari kayangan, maka ia memperkenalkan kepada Raja Ndotonganowonua sebuah benda ajaib yang dititipkan oleh raja dewa penguasa dunia atas kepadanya yaitu benda *kalo*. Wekoila menjelaskan kepada Ndotonguna Wonua bahwa benda *kalo* yang dibawanya dari kayangan itu, dimaksudkan sebagai suatu benda sakti yang mempunyai kekuatan luar biasa. *Kalo* digunakan untuk memerintahkan dan memulihkan situasi yang melanda seluruh tanah Konawe agar kembali aman, tertib, damai dan bersatu.

Mendengar penjelasan Wekoila tersebut, maka raja Ndotongano Wonua terus menerima baik keinginan Wekoila tersebut. Tetapi, semua itu ada syaratnya yakni Wekoila harus bersedia untuk menerima putranya yang bernama Ramadalangi sebagai suaminya. Permintaan dimaksud diiyakan oleh Wekoila, lalu mereka dikawinkan.

Setelah terjadi perkawinan antara Wekoila dengan Ramandalangi, maka raja Ndotongano Wonua memerintahkan Wekoila serta suaminya Ramandaalangi untuk memindahkan kerajaan Padangguni dari Abuki ke Unaaha. Saat itu masih bernama Kamboilaroni sekaligus merubah nama kerajaan Padangguni menjadi Kerajaan Konawe.

Setelah berada di Unaha, lalu Wekoila memanggil para kepala kampung (*Toono Motuano Kambo*) beserta penduduk yang berdiam di sekitar Unaha. Ia bertugas menjelaskan perihal maksud keberadaannya bersama suaminya di Unaaha, yaitu untuk mempersatukan seluruh penduduk tanah Konawe di bawah kepemimpinannya. Ia juga sekaligus memperkenalkan benda *kalo* yang dibawanya dari kayangan itu.

Sesudah itu ia memerintahkan penduduk setempat untuk membuat duplikat *kalo* sesuai bentuk asli yang dibawah oleh Wekoila dari kayangan kepada sejumlah unit kampung (*okambo*) dan unit *otobu* yang diketahui masih ada di seluruh tanah Konawe. Setelah sejumlah *kalo* yang disuruh dibuat itu selesai, maka Wekoila memilih sejumlah penduduk setempat

yang kuat-kuat dan memiliki kemampuan berbicara yang baik untuk diutus menghubungi semua kepala kampung (*toono motuo*). Kepala wilayah (*puutobu*) yang tersebar di seluruh tanah Konawe dengan masing-masing membawa *kalo* sebagai pengganti diri Wekoila guna mengundang mereka agar semua datang ke Unaha.

Sebelum berangkat ke tujuan masing-masing, para utusan tadi bersepakat untuk memberi wadah pengalas kepada *kalo* yang akan mereka bawa masing-masing itu dengan alat perhiasan yang ada saat itu yaitu dengan kain putih bersih (*balatu*). Sementara peralatan dapur disebut *siwoleua*, sebagai tanda untuk memuliakan dan menggunakan benda *kalo* tersebut. Mereka menganggap sebagai benda tetesan dewa dari kayangan yang memiliki kesaktian luar biasa.

Setelah undangan Wekoila dengan menggunakan *kalo* yang dibawa oleh para utusan tadi diterima oleh para *toono motuo* dan para *puutobu* diseluruh tanah Konawe, dengan penuh rasa kekaguman maka masing-masing terus berangkat menuju ke Unaaha untuk memenuhi undangan Wekoila tersebut.

Sesudah para *toono motuo* dan para *puutobu* dimaksud berada di Unhaha dan telah bertemu serta mendengarkan penjelasan dari Wekoila tentang maksud keberadaannya di Unaaha, sekaligus penjelasan tentang *kalo* yang dibawanya dari kayangan itu. Maka semua yang diundang sepakat untuk mengangkat Wekoila sebagai raja mereka sekaligus sepakat menetapkan kalo sebagai *regalia* (benda adat kebesaran kerajaan) Konawe yang menandai pulihnya kembali situasi pemerintahan di seluruh tanah Konawe di bawah kepemimpinan *Sangia Wekoila*.

Setelah selesai pelantikan, maka para *toono motuo* dan para *puutobu* tersebut juga sepakat bahwa mulai saat itu benda *kalo* ditetapkan sebagai benda simbol pengganti dari sangia pada setiap saat akan mengambil keputusan dalam menghadapi situasi tertentu dari lingkungannya masing-masing. Setelah mereka kembali ketempatnya masing-masing, maka mereka sepakat untuk memberi nama benda *kalo* itu sebagai *peowai* artinya sebagai urutan yang akan diberlakukan di seluruh wilayah tanah Konawe.

Mereka juga sepakat untuk mengikuti petunjuk Wekoila agar pada setiap ada urusan perkelaminan, perselisihan pemulihan perdamaian, upacara penggantian dan pelantikan pengurus adat setempat dan berbagai upacara adat lainnya harus diawali dengan meletakkan *kalo* dihadapan atau ditengah-tengah pertemuan. Mereka juga sepakat menetapkan

bahwa petugas yang diberi kepercayaan untuk menjalankan/memegang atribut tersebut adalah *pabitara* atau *tolea*.

Kalo

Salah satu wujud dari adat istiadat suku Tolaki-Mekongga yang hingga saat ini masih mempengaruhi cara perpikir, bersikap dan bertingkah laku mereka sehari-hari serta menjadi salah satu dasar dalam menciptakan rekonsiliasi adalah *Kalo*. *Kalo* adalah suatu benda suku Tolaki-Mekongga yang dijadikan simbol tertinggi untuk menciptakan suasana harmonis antara dua pihak atau beberapa pihak yang ingin berkomunikasi dalam suatu urusan. Misalnya urusan menyangkut perkawinan, peminangan, kekeluargaan, dan perdamaian.

Sebenarnya *Kalo* adalah sebuah benda berupa lingkaran rotan pilihan berwarna kuning berpelin tiga dan kedua ujungnya disimpul. Ia merupakan simbolisasi dari berbagai unsur meliputi keluarga inti dan adat dalam kehidupan rumah tangga itu sendiri sebagai media pengikat hubungan keluarga inti secara timbal-balik. Keluarga inti yang dimaksud terdiri atas ayah, ibu, dan anak. Penggunaan *kalo* biasanya bersama dengan sehelai kain putih sebagai alas dan talam persegi empat yang terbuat dari anyaman daun palam hutan. Kain putih merupakan simbol adat dalam kehidupan berumah tangga. Sedangkan rumah tangga itu sendiri disimbolkan oleh wadah anyaman tempat meletakkan lingkaran rotan yang berpilin tiga tersebut.

Kalo juga adalah simbol dari unsur-unsur keluarga luas, adat dalam kehidupan komuniti keluarga luas dan pola komuniti itu sendiri yang saling berkait secara timbal balik. Selain itu dalam berbagai aspek kehidupan suku Tolaki-Mekonga, Kalo juga selalu digunakan sebagai simbol yang mencakup unsur-unsur masyarakat dan nilai budaya. Hal ini terlihat dalam beberapa kebiasaan di mana *Kalo* selalu digunakan untuk mengikat tiang rumah bagian tengah yang selalu diikat dengan rotan. Hal ini juga dapat dilihat pada model semua jenis jerat penangkap hewan liar dan unggas yang bahan asalnya dari rotan/akar yang selalu mengacu pada bentuk *Kalo*.

Makna *Kalo*

Kalo adalah simbol bagi suku Tolaki-Mekongga dalam memandang kehidupan. *Kalo* yang terbuat dari pilinan tiga rotan pilihan yang

berwarna kuning itu mengandung beragam makna bagi suku Tolaki-Mekongga. Adapun makna/pengertian dari Kalo tersebut adalah sebagai berikut:

1. Bentuk *Kalo* yang bulat melingkar melambangkan kesatuan rohani dan jasmani dari unsur manusia yang utuh.
2. Pilinan rotan yang terdiri dari tiga jalur jalinan dengan satu ikatan simpul di kedua ujung dari rotan tersebut melambangkan keharusan untuk bersatu antara Tuhan dengan unsur penguasa dunia atau pemerintah dengan unsur orang banyak/rakyat.
3. Sehelai kain putih yang menjadi alas pertama dari *Kalo* tersebut melambangkan kesucian, ketentraman, kesejahteraan dan kemakmuran.
4. Talam persegi empat yang terbuat dari anyaman daun palam hutan sebagai alas paling bawah dari Kalo melambangkan unsur-unsur kesucian terhadap air dan tempat sumber mata angin yang memberi kehidupan dan kesegaran rohani serta jasmani kepada setiap manusia.

Tiga ujung rotan, dimana yang dua tersembunyi dalam simpul dan ujung yang satunya dibiarkan mencuat keluar, memiliki makna bahwa jika dalam menjalankan adat terdapat berbagai kekurangan, maka kekurangan itu tidak boleh dibeberkan kepada umum atau orang banyak. Sehingga pada orang Tolaki terdapat kata-kata bijak: *kenota kaduki osara mokongadu'I, toono meohai mokonggoa'I pamarenda mokombono'i.* Arti dari kata-kata bijak tersebut adalah bila dalam menjalankan sesuatu adat terdapat kekurangan, maka adat, para kerabat dan pemerintalah yang akan mencukupkan semua itu. Dapat pula dimaknai kekurangan apapun yang terjadi dalam suatu proses adat, maka hal itu harus dapat diterima sebagai bagian dari adat Orang Tolaki.

Lilitan tiga utas rotan mempunyai makna sebagai kesatuan dari stratifikasi sosial. Orang Tolaki yang terdiri dari *anakia* (bangsawan), *towonua* (penduduk asli atau pemilik negri), yang biasa juga disebut *toono motua* (orang-orang yang dituakan) atau *toono dadio* (penduduk atau orang kebanyakan), dan *o ata* (budak) (Tarimana, 1989:199). Selain itu, tiga lilitan rotan juga memiliki makna sebagai kesatuan dari keluarga, yakni bapak, ibu, dan anak sebagai unit awal atau unit terkecil yang jika digabungkan atas beberapa keluarga yang membentuk suatu masyarakat.

Ketiga stratifikasi sosial di atas merupakan membentuk stratifikasi sosial orang Tolaki di zaman dahulu. Saat ini stratifikasi sosial pada orang Tolaki telah mengalami pula pergeseran dengan munculnya stratifikasi sosial baru walaupun stratifikasi sosial yang lama juga masih dikenal. Stratifikasi sosial yang baru ini adalah golongan terpelajar yang kemudian menduduki posisi-posisi penting dipemerintahan, golongan pegawai dan orang kaya, dan kaum petani, buruh, atau mereka yang tidak masuk pada golongan pertama dan kedua. Selain itu, stratifikasi sosial 0rang Tolaki yang mengalami pergeseran, terutama terlihat pada golongan *o ata* atau budak yang saat ini sudah hamper tidak dikenal lagi oleh orang Tolaki.

Terkait dengan adanya pergeseran stratifikasi pada 0rang Tolaki, maka ukuran *Kalo* yang dipergunakan juga ikut berubah. Jika dahulu kala orang Tolaki mengenal adanya tiga jenis *Kalo* yang pengunaannya diperuntukan untuk tiga stratifikasi sosial, maka saat ini orang Tolaki hanya mengenal dua ukuran *Kalo* sesuai peruntukannya.

Ukuran yang pertama adalah *Kalo* dengan diameter 45 cm yang diperuntukan bagi golongan *anakia* dan pejabat Bupati ke atas (Bupati, Gubernur, dan seterusnya), ukuran yang kedua adalah *Kalo* dengan diameter 40 cm yang diperuntukan bagi golongan *toono mot uo* (orang-orang yang dituakan dalam orang) dan *toono dadio* (penduduk atau orang kebanyakan).

Kalo itu sendiri apabila diletakkan bersamaan dengan asesorisnya dalam sebuah upacara adat (*Kalo Sara*), selain sebagai kelengkapan upacara juga menunjukkan pandangan suku Tolaki-Mekongga mengenai manusia dan alam semesta sebagai sistem nilai budaya. Selain itu juga bermakna keseluruhan hal terkait norma-norma, sistem hukum dan aturan-aturan khusus yang berlaku.

Bagi suku Tolaki-Mekongga, *Kalo* juga adalah simbol dari tiga komponen stratifikasi sosial. Golongan bangsawan disimbolkan dengan lingkaran rotan, golongan orang kebanyakan disimbolkan dengan kain putih dan golongan budak disimbolkan dengan wadah anyaman. Lingkaran rotan yang diletakkan pada posisi di atas dari kain putih dan wadah anyaman menunjukkan bahwa golongan bangsawan itu adalah pemerintah dan penguasa yang harus melindungi golongan orang kebanyakan dan golongan budak. Kain putih yang diletakkan pada posisi di bawah dari lingkaran rotan dan di atas wadah menunjukkan bahwa golongan orang kebanyakan/

pemangku adat itu adalah pendukung golongan bangsawan dan pembela dari golongan budak/rakyat jelata. Sedangkan wadah anyaman yang diletakkan di bawah kain putih dan lingkaran rotan menunjukkan bahwa golongan budak atau rakyat jelata itu adalah pendukung golongan pemangku adat dan pemuja golongan bangsawan.

Dalam hubungannya dengan kosmologi dan sistem keagamaan orang Tolaki-Mekongga, *Kalo* mengandung tiga hal, yaitu *Kalo* sebagai simbol yang mengekspresikan bentuk dan susunan alam semesta serta isinya, baik alam nyata maupun alam gaib, bentuk tubuh manusia dan susunannya; dan *Kalo* dalam upacara adat merujuk pada pandangan orang Tolaki-Mekongga bahwa *Kalo* itu adalah benda keramat (*sacret*). Lingkaran rotan adalah simbol dunia atas, kain putih adalah simbol dunia tengah dan wadah anyaman adalah simbol dunia bawah. Kadang-kadang juga ada yang mengatakan bawah lingkaran rotan itu adalah simbol matahari, bulan dan bintang-bintang. Kain putih adalah langit dan wadah anyaman adalah simbol permukaan bumi. Mereka juga mengekspresikan bahwa lingkaran rotan adalah simbol Sangia Mbu'u (Dewa tertinggi/Allah Taala), Sangia I Losoano Oleo (Dewa di Timur) dan Sangia I Tepuliano Wanua (Dewa penguasa kehidupan di bumi). Sedangkan wadah anyaman adalah simbol Sangia I Puri Wuta (Dewa di dasar bumi). *Kalo* juga adalah simbol manusia. Lingkaran rotan adalah simbol kepala manusia, kain putih adalah simbol badan dan wadah anyaman adalah simbol tangan dan kaki (anggota badan).

Dalam upacara adat *Kalo* juga sangat berperan. Tanpa *Kalo* suatu upacara tidak berlangsung karena *Kalo* adalah inti upacara. *Kalo* disini mengekspresikan unsur-unsur upacara yang bersifat timbal balik dan menggambarkan maksud dan tujuan dari diadakannya sebuah upacara. Bentuknya yang melingkar sebagai lambang persatuan dan kesatuan, melalui atribut kain putih sebagai lambang kesucian dan ketentraman dan melalui atribut wadah anyamannya yang terbuat dari tangkai daun palam sebagai lambang kemakmuran dan kesejahteraan.

Bagi orang Tolaki-Mekongga, *Kalo* juga adalah suatu benda keramat yang merupakan representasi dari nenek moyang mereka. Oleh karena itu orang Tolaki-Mekongga menghargai, mensucikan dan mengkeramatkan *Kalo*, berarti menaati ajaran nenek moyang. Hal itu berarti berkah bagi kehidupan mereka. Dan sebaliknya bila tidak menghargai dan menyucikan *Kalo* berarti kualat, durhaka yang akan menimpa mereka.

Beberapa unsur kebudayaan Tolaki yang penting untuk dikaitkan dengan kalo adalah;

1. Bahasa dan alat komunikasi mengenai ciri-ciri menonjol dari bahasa ini menurut wilayah geografis dan menurut lapisan sosial yang memakainya.
2. Sistem ekonomi yang meliputi mata pencaharian, sistem teknologi dan produksi, konsep dan sistem kjepemilikan, tukar menukar dan distribusi dan integgrasi berbagai sistem ekonomi.
3. Sistem teknologi dan pembuatan alat peralatan dan perlengkapan hidup yang meliputi jenis alat perlatan, bahan dasar dan pembuatannya dan teknik pembuatannya.
4. Organisasi sosial yang meliputi sistem kekerabatan, komuniti dan pola pemukiman, stratifikasi sosial serta organisasi kerajaan dan pemerintahan masa kini.
5. Sistem pengetahuan, yang meliputi konsepsi mengenai Tuhan, Dewa, roh kesaktian, alam, manusia hidup dan maut serta akhirat.
6. Sistem religi yang meliputi agama, sistem kleyakinan dan sistem upacara.
7. Kesenian yang meliputi jenis kesenian,alat kesenian dan beberapa motif perhiasan.

Fungsi *Kalo* bagi Rekonsiliasi dalam Pelanggaran Budaya *Kohanu*

Dalam masyarakat Indonesia pada saat ini dapat dikatakan bahwa kemajemukan adalah suatu tantangan yang besar. Perbedaan suku, ras, golongan dan agama sering menjadi pemicu pertikaian. Walaupun hal itu pada hakikatnya bukanlah inti dari sumber pertikaian yang terjadi. Kesalahpahaman karena kurangnya wawasan terhadap apa yang menjadi keyakinan agama ataupun suku lain, membuat setiap agama atau suku hidup dalam kefanatikan yang berujung malapetaka bagi dirinya secara khusus dan bagi bangsa dan negara secara umum. Untuk menepis terjadinya hal-hal yang kurang bermoral tersebut, sangat diperlukan adanya rekonsiliasi agar timbul saling pengertian dari kehidupan yang penuh toleransi antara satu agama dengan agama yang lain.

Menurut orang Tolaki salah satu penyebab seringnya terjadi konflik dalam kehidupan sehari-hari disebabkan karena perkataan seseorang, tutur kata, bahasa serta enak dan tidak enaknya kalimat

yang digunanakan dalam berkomunikasi. Konflik dapat terjadi apabila sesorang menggunakan perkataan secara kasar dengan menggunakan kata yang tidak sewajarnya. Dalam bahasa Tolaki konflik ini disebut konflik *tulura.* Seseorang dituntut agar dapat menjaga bahasa yang digunakan dalam berbicara agar tidak membuat orang lain tersinggung atau marah. Melalui penggunaan bahasa yang baik dan benar serta sesuai sasarannya dan tidak menggunakan bahasa untuk menyakiti perasaan orang lain.

Ada beberapa sumber konflik dari *tulura* atau tutur kata yang lebih spesifik yakni: *mowukuti* (mencela). Mowukuti adalah sumber konflik yang terjadi apabila seseorang melakukan penghinaan atau mencela harga diri seseorang sehingga orang tersebut merasa di injak-injak dan direndahkan dirinya di depan umum. Selain itu ada konflik *mowinduki* (memfitnah), *mososangge* (menceritakan aib seseorang), *mondutulu* (menuduh), *mondomboka* (memfonis). Kelima model konflik yang dikemukakan ini kesemuanya bersumberkan pada proses komunikasi dan interaksi dalam berbahasa. Sehingga orang Tolaki sering mengatakan jagalah bicara Anda sebelum mengeluarkan kata-kata.

Hal lain yang menyebabkan timbulnya konflik dan menghilangkan budaya Kohanu yakni *peowai (*perbuatan). Artinya, perbuatan seseorang yang tidak pantas dilakukan baik pada seseorang, kelompok maupun umum akan menimbulkan terjadinya konflik baik itu konflik individu ataupun konflik kelompok. Perbuatan yang menyebabkan seseorang itu tersinggung bahkan merasa harga dirinya dilecehkan atau dipermalukan akan memunculkan konflik yang dapat mengganggu ketenangan, kedamaian dan kebersamaan. Misalnya perbuatan melakukan pelecehan terhadap seorang perempuan akan dianggap memnginjak-injak harga diri keluarga.

Perbuatan seseorang yang menyebabkan kerugian bagi orang lain, baik yang disengaja maupun yang tidak diesengaja, dapat menyebabkan konflik. Perbuatan itu misalnya perampasan hak secara paksa (seperti pengambilan tanah secara paksa). Hal ini menunjukkan bahwa perbuatan seseorang dalam interaksi komunikasi antar manusia dapat saja menimbulkan konflik apabila perbuatan tersebut tidak sesuai dengan norma, aturan hukum yang berlaku. Karena perbuatan sadar atau tidak, sengaja atau tidak disengaja, namun menyebabkan orang tidak menerima dan merasa malu akan menimbulkan konflik besar. Sehingga orang

Tolaki dalam interaksi sehari-hari selalu menjaga perbuatannya agar tidak melakukan perbuatan yang merugikan orang lain. Namun jika hal ini dilanggar maka konflik hanya dapat diselesaikan dengan sanksi atau denda adat yang disebut *pohuku osara* yang tertuang dalam *Kalo Sara*.

Sebagaimana telah dijelaskan dalam beberapa bagian di atas, di mana disebutkan tentang *Kalo* yang merupakan lambang adat suku Tolaki-Mekongga yang mengekspresikan persatuan dan kesatuan dari seluruh realitas, baik jasmani maupun rohani. *Kalo* menggambarkan adanya kesatuan yang dinamis diantara beberapa perbedaan, baik dalam hal pemikiran, perbuatan dan perasaan. Pilinan tiga rotan yang dibuat melingkar yang disebut Kalo adalah bermakna persatuan dan kesatuan dalam persaudaraan yang sejati. Seorang yang datang kepada orang lain dengan maksud mengadakan hubungan baik, jika ia membawa *Kalo* maka ia akan diterima sebagai saudara meskipun orang itu adalah musuh besarnya. Dalam adat istiadat suku Tolaki-Mekonga, rekonsiliasi dapat terjadi dengan mudah jika seseorang yang menginginkan perdamaian datang dan membawa *Kalo* sebagai bukti kesediaan berdamai dengan segala ketulusan. Dalam hal ini, seorang yang dengan sukarela membawa *Kalo* adalah seorang yang membuang segala bentuk keegoisan demi tercapainya kehidupan yang damai dan akrab.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa *Kalo* tidaklah hanya sekadar lambang adat biasa, tetapi lebih dari itu *Kalo* mempunyai makna yang sangat mendalam bagi kehidupan umat manusia dalam dunia yang telah diciptakan Allah untuk menjalin kehidupan dalam suasana persaudaraan dan merupakan salah satu bentuk ibadah kepada Tuhan. Jika kita berbicara soal rekonsiliasi di mana di dalamnya terdapat tujuan untuk mencapai suatu bentuk saling memahami setiap perbedaan, maka makna *Kalo* sangat besar untuk itu. Hal ini dapat dikatakan demikian karena konsep perdamaian, persatuan, dan kesatuan bukanlah suatu konsep yang kurang memperhatikan perbedaan yang ada. Sebab, *Kalo* adalah lambang pemersatu yang harus disertai dengan ketulusan/kesucian hati untuk hidup bersahabat dalam keberagaman. Dalam konsep tersebut perbedaan bukanlah suatu halangan untuk hidup bersama jika setiap orang menyadari bahwa dalam kepelbagaian dan dalam perbedaan semua manusia hidup dalam satu lingkaran persaudaraan yang terjalin dan tersimpul dengan kuat seperti *Kalo* yang melingkar dan tersimpul dengan kuat.

Kalo sebagai Wujud Kebudayaan

Wujud ideal dari suatu kebudayaan adalah salah satu dari tiga wujud kebudayaan. Dua wujud lainnya adalah wujud kelakuan dan wujud fisik. Wujud ideal dari suatu kebudayaan adalah adat atau lengkapnya disebut adat tata-kelakuan, karena adat berfungsi sebagai pengatur kelakuan (Koentjaraningrat, 1984). Koentjaraningrat lebih lanjut mengatakan, adat dapat dibagi dalam empat tingkat yakni; tingkat nilai-budaya, tingkat norma-norma, tingkat hukum, dan tingkat aturan khusus. Berdasarkan pandangan di atas maka saya akan mencoba meninjau *Kalo* sebagai wujud ideal dari kebudayaan Tolaki, dengan meninjau *Kalo* sebagai adat dalam empat tingkatan.

Kalo sebagai tingkat nilai budaya adalah sistem nilai budaya, yang berfungsi mewujudkan ide-ide yang mengonsepsikan hal-hal yang paling bernilai dalam kehidupan masyarakat Tolaki. Hal-hal yang paling bernilai bagi orang Tolaki dalam kehidupannya adalah apa yang disebut *medulu mepoko'asa* (persatuan dan kesatuan), *ate pute penao moroha* (kesucian dan keadilan), dan *morini mbu'umbundi monapa mbu'undawaro* (kemakmuran dan kesejahteraan). Ide-ide ini dinyatakan oleh orang Tolaki melalui penggunaan kalo dalam upacara-upacara yang berkaitan dengan kegiatan-kegiatan mereka dalam bidang-bidang sosial, ekonomi, politik dan keagamaan.

Selain ide-ide itu diwujudkan dalam upacara-upacara, juga diwujudkan dalam kegiatan sehari-hari. Ide kesatuan dan persatuan misalnya diwujudkan dalam apa yang disebut *mete'alo-alo* (bantu-membantu) antar keluarga inti atau antar kerabat luas. Dengan kerabat luas dalam hal mendirikan rumah, sumbangan berupa makanan dan minuman pada pesta-pesta terutama dalam pesta kematian. Ide kesucian misalnya diwujudkan dalam rangkaian aktivitas lingkaran hidup seseorang, seperti pemandian bayi pertama, pemotongan rambut bayi, penyunatan, pembayatan calon pengantin, mandi masal untuk memasuki bulan puasa, dan pemandian mayat. Ide keadilan misalnya diwujudkan dalam pengambilam keputusan dalam hal pembagian warisan kepada anak-anak. Ide kemakmuran misalnya diwujudkan dalam usaha mereka untuk merealisasikan apa yang disebut *mondaweako* (jutaan ikat padi), *tepohiu o epe* (bertebaran bidang kebun sagu), *kiniku mebanggona* (kerbau berombongan), *lua-luano wawo raha* (kebun kelapa yang luas). Ide kesejahteraan misalnya di wujudkan dalam apa yang disebut

mombekapona-pona'ako (saling kasih mengasihi), *ndundu karandu* (suasana ketenangan batin yang diliputi dengan alunan bunyi gong yang merdu ditengah malam), dan *tumotapa rarai* (suasana kegembiraan yang diliputi dengan suara hura-hura, tawa dan tepuk tangan yang meriah).

Kalo pada tingkat norma-norma adalah nilai-nilai budaya yang berfungsi mengaitkan peranan-peranan tertentu dari orang Tolaki dalam masyarakatnya. *Kalo* disini berfungsi sebagai pedoman bagi tingkah laku seseorang Tolaki dalam memainkan peranan-peranannya.

Kalo pada tingkatan sistem hukum adalah hukum adat orang Tolaki yang berfungsi mengatur bermacam-macam sektor kehidupan orang Tolaki. *Kalo* sebagai hukum adat tampak pada gejala di mana *Kalo* itu berfungsi sebagai alat komunikasi antar keluarga, antar golongan; sebagai patok tanah hutan untuk dijadikan ladang, penjaga kebun dan tanaman di dalamnya. Penggunaan *Kalo* dalam beberapa sektor kehidupan orang Tolaki tersebut di atas merupakan ketentuan-ketentuan hukum adat yang harus ditaati. Pelanggaran terhadapnya, berarti sanksi yang akan menimpa. Sanksi itu dapat berwujud sebagai sanksi batin dan sebagai sanksi fisik.

Orang yang melanggar ketentuan, ia harus menggunakan *Kalo* dalam berkomunikasi antar keluarga atau antar golongan sepanjang komunikasi itu menyangkut hal yang penting. Maka ia dikenakan sanksi batin berupa cemoohan karena tidak tahu tertib sopan, dan yang berakibat bahwa maksudnya tidak perlu diacuhkan. Orang yang melanggar patok tanah hutan dan penjaga kebun dan tanaman di dalamnya akan diperlakukan sebagai pencuri dan segera akan diadukan ke sidang peradilan adat. Orang yang tidak memakai *Kalo* sebagai pengikat tiang rumahnya menurut keyakinan mereka bahwa pemilik rumah dan keluarga yang tinggal di dalamnya akan tidak merasa tenteram dalam hidupnya. Sewaktu-waktu rumah atau bangunan tersebut akan ditimpa bencana alam. Orang yang melanggar ketentuan yang menyangkut penggunaan *Kalo* dalam perkawinan akan dikenakan sanksi berupa denda, diasingkan dari masyarakat ramai, atau diculik dan dibunuh secara diam-diam.

Seorang raja yang disumpah tanpa menggunakan *Kalo* dalam rangkaian pelantikannya, menurut keyakinan orang Tolaki, raja itu akan tidak berhasil dalam kepemimpinannya, dan ada kemungkinan bahwa ia tidak panjang umur. Mereka juga yakin bahwa apabila dalam upacara tolak bala dan minta berkah tidak digunakan *Kalo*, akibatnya maksud

upacara itu mustahil berhasil bahkan sebaliknya yang terjadi ialah bencana alam sebagai hukuman Tuhan, dewa, dan roh nenek moyang. Ketaatan orang Tolaki terhadap *Kalo*nya itu pada dasarnya bukan karena mereka takut terhadap sanksi denda dan sanksi fisik, tetapi karena takut terhadap kutukan Tuhan dan roh nenek moyang.

Akhirnya *Kalo* pada tingkat aturan khusus adalah aturan-aturan khusus yang mengatur aktivitas-aktivitas yang amat jelas dan terbatas ruang lingkupnya dalam kehidupan masyarakat orang Tolaki. *Kalo* sebagai aturan-aturan khusus tertuang dalam apa yang disebut *merou* (aturan khusus dalam berbahasa yang menunjukkan sopan-santun), *atora* (aturan khusus dalam komunikasi sosial); *o wua* (aturan khusus dalam bercocok tanam pada umumnya); *o lawi* (aturan khusus dalam bercocok tanam padi khususnya); *o sapa* (aturan khusus dalam berburu, beternak, dan menangkap ikan); *mepori* (aturan khusus dalam membuat dan memakai alat-peralatan); *wowai* (aturan khusus dalam menafsirkan tanda-tanda alam); *o pado* (aturan khusus dalam pantangan) *mondodo* (aturan khusus dalam pekerjaan yang bersifat seni).

Kalo untuk Integrasi Unsur Kebudayaan

Fungsi *Kalo* sebagai bahasa lambang komunikasi, demikian juga dengan unsur ekonomi. Melalui fungsi *Kalo* sebagai penjaga tanaman dan pusat ladang padi, dan melalui makna simbolik *Kalo* sebagai asas distribusi barang-barang ekonomi. *Kalo* juga ada hubungannya dengan sistem teknologi melalui bentuknya sebagai model dari teknik mengikat dan bentuk alat-peralatan. Demikian juga ada hubungan dengan organisasi sosial melalui makna simboliknya sebagai asas organisasi tradisional, asas organisasi kerajaan, dan sebagai asas politik dan pemerintahan. Selanjutnya *Kalo* juga ada hubungannya dengan sistem pengetahuan melalui makna simbolik sebagai konsepsi orang Tolaki mengenai struktur alam nyata. Disamping itu, juga ada hubungannya dengan sistem religi melalui makna simboliknya sebagai konsepsi orang Tolaki mengenai struktur alam gaib. *Kalo* ada hubungannya dengan kesenian melalui bentuknya sebagai model dari bentuk rias dan teknik menari.

Kalo sebagai Pedoman Hidup

Untuk terciptannya ketertiban sosial dan moral dalam kehidupan masyarakatnya, orang Tolaki menggunakan ajaran-ajaran *Kalo* sebagai pedoman hidup. Penggunaan *Kalo* sebagai pedoman hidup untuk

terciptanya ketertiban sosial dan moral tampak dalam usaha memulihkan suasana kelaparan karena panen tidak jadi, suasana kecelakaan karena bencana alam, suasana kematian karena wabah penyakit, suasana penganiayaan karena permusuhan, dan suasana keretakan karena kesalahpahaman antara orang seorang, antara keluarga dengan keluarga, dan antara golongan dengan golongan lainya.

Orang Tolaki menganggap bahwa timbulnya suasana-suasana yang tidak baik tersebut di atas adalah akibat dari manusia yang telah melanggar adat dan norma agama. Dengan lain perkataan orang Tolaki sendiri telah melanggar ajaran *Kalo* sebagai adat pokok mereka. Untuk memulihkan suasana-suasana yang demikian, maka tak ada jalan lain yang lebih menjamin berhasilnya pemulihan kecuali mengadakan *Mosehe Wonua* (upacara besar yang diikuti oleh sebagian besar warga masyarakat orang Tolaki). Dalam upacara itu diungkapkan bahwa mereka telah melanggar adat dan norma agama. Pernyataan ini dikumandangkan oleh dukun upacara agar didengar oleh seluruh peserta upacara dan roh nenek moyang, dewa, dan Tuhan. Dukun upacara juga menyatakan bahwa mereka telah tobat dan bersumpah bahwa mereka akan kembali kepada ajaran-ajaran *Kalo* yang sesungguhnya, adat pokok mereka.

Dalam suasana kehidupan diluar upacara yang bersifat sakral, sering terdengar kata-kata orang tua, bahwa barang siapa yang tidak menaati *Kalo* maka ia menjadi *bere-bere olutu ruru mbenao* (tersisih dari pergaulan umum masyarakat). Ia tidak dikunjungi oleh sesamanya dan begitu sebaliknya, karena ia telah dianggap berakhlak rendah oleh warga masyarakat. Apabila sudah begitu keadaannya maka ia menjadi seorang yang disebut *mbirito* (manusia yang tidak punya harga diri lagi). Biasanya orang demikian tidak betah lagi untuk bertahan tinggal menetap dilingkungannya dan terpaksa harus pindah ke tempat lain dan jika tidak melakukan bunuh diri.

Kalo sebagai Pemersatu

Unsur konsep bertentangan dari klasifikasi dua itu yang dapat dipersatukan oleh *Kalo* adalah meliputi unsur pertentangan yang terdapat pada klasifikasi dua mengenai manusia dan klasifikasi dua mengenai alam. Pada klasifikasi dua mengenai manusia, unsur konsep bertentangan itu adalah tubuh dan jiwa, kanan dan kiri, atau muka dan belakang, atau atas dan bawah, atau luar dan dalam.pada klasifikasi dua

mengenai alam, unsur konsep bertentangan itu adalah dunia nyata dan dunia gaib, dunia atas dan dunia bawah, demikian Timur dan Barat, atau Utara dan Selatan.

Kalo juga berfungsi sebagai pemersatu untuk pertentangan-pertentangan konseptual. Juga berfungsi sebagai pemersatu untuk pertentangan-pertentangan sosial dalam kehidupan orang Tolaki. Unsur sosial bertentangan dari klasifikasi dua itu yang dapat dipersatukan oleh *Kalo* meliputi unsur pertentangan yang terdapat pada kualifikasi dua dalam masyarakat. Unsur-unsur sosial yang bertentangan itu adalah golongan bangsawan dan golongan budak, atau golongan pemerintah dan golongan rakyat, dan antara person dan person.

Timbulnya pertentangan sosial antara golongan bangsawan dan golongan budak biasanya bersumber dari perlakuan tidak sewajarnya terhadap satu sama lain. Demikian juga pertentangan sosial antara golongan pemerintah dan golongan rakyat biasanya bersumber dari perbedaan faham dalam soal politik. Sedangkan timbulnya pertentangan antara keluarga dengan keluarga biasanya bersumber dari sengketa yang timbul karena soal kawin lari, dan timbulnya pertentangan antara person dengan person biasanya bersumber dari sengketa yang timbul karena soal harta pusaka.

Semua unsur sosial bertentangan di atas dapat dipersatukan oleh *Kalo Sara*. *Kalo Sara* yang digunakan untuk mendamaikan atau mempersatukan golongan bangsawan dan golongan budak disebut *kalo sara mbutobu*, yaitu *kalo sara* yang digunakan untuk menghadap kepada *utobu* (kepala wilayah) agar kepala wilayah turun tangan memulihkan perselisihan di antara golongan bangsawan dan budak. *Kalo Sara* yang digunakan untuk mendamaikan atau mempersatukan golongan pemerintah dan golongan rakyat disebut *kalo sara mokole*, yaitu *Kalo Sara* yang digunakan untuk menghadap *mokole* (raja) agar raja turun tangan memulihkan perselisihan di antara golongan pemerintah dan rakyat.

Kalo Sara yang digunakan untuk mendamaikan atau mempersatukan dua pihak keluarga yang berselisih karena soal kawin lari disebut *kalo sara sokoei*, yaitu *Kalo* yang digunakan untuk membentengi diri dari pihak keluarga yang melarikan gadis dari serangan pihak keluarga yang anak gadisnya dilarikan. *Kalo Sara* yang digunakan untuk mendamaikan atau mempersatukan orang dengan seorang yang berselisih disebut *Kalo*

Sara Mekindoroa, yaitu *Kalo Sara* yang digunakan untuk menyelamatkan hidup seseorang yang berselisih karena keduanya saling mengancam untuk membunuh lawannya. Orang Tolaki memperlakukan *kalo*nya sebagai pemersatu dan menjadi alat penengah dalam sebuah konflik.

Penutup

Budaya *Kohanu* atau budaya malu merupakan salah satu dari tujuh sumber-sumber hukum orang Tolaki. *Kohanu* berarti harga diri atau rasa malu. Aturan yang tercakup di dalamnya adalah aturan untuk mempertahankan diri dan kemampuan menghargai orang lain dengan cara menjunjung tinggi harkat dan martabat manusia.

Jika sumber hukum adat suku Tolaki dilanggar, maka akan menimbulkan konflik baik secara individu maupun masyarakat. Jika hal itu terjadi, maka penyelesaiannya harus dilakukan melalui *mombesara* atau peletakan adat. Inti dari *mombesara* adalah penggunaan *Kalo Sara* sebagai simbol persatuan dan kesatuan orang Tolaki. *Kalo Sara* bisa mempersatukan tiga stratifikasi sosial, yang berfungsi sebagai penengah dalam berbagai urusan. Sebagai simbol hukum adat maka fungsi *Kalo* saat ini bagi orang Tolaki adalah untuk menyelesaikan berbagai sengketa dan konflik dalam segala aspek kehidupannya.

Daftar Pustaka

Abdulah, Irwan. 2006. *Konstruksi dan Reproduksi Kebudayaan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Alim, Abdullah. 2011. *Hukum Adat Orang Tolaki*. Yogyakarta: Teras.

Burhan, Bungin. 2008. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenedi Media Group.

Kappus, Elke- Nicole.1997. *Changing History: Ethnic Identity Management in Treste*. London: Mac Millen

Koentjaraningrat. 1984. *Kebudayaan Jawa*. Jakarta: Balai Pustaka

Liliweri, Alo.2003. *Dasar-dasar Komunikasi Antar Budaya*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Pelajar.

Soekanto, Soerjono. 2011. *Bunga Rampai Sosiologi*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Tarimana, Abdurrauf. 1989. *Kebudayaan Tolaki*. Jakarta: Balai Pustaka.

Taalami, La Ode. 2009. *Kearifan Lokal Dalam Kebudayaan Masyarakat Mekongga*. Jakarta: Granada.

Pendidikan Ala Masyarakat Samin

Taufik Suprihatini

Pendahuluan

Sebagaimana diketahui pemerintah dan DPR telah menetapkan tema pembangunan nasional 2013 yakni 'Memperkuat Perekonomian Domestik bagi Peningkatan dan Perluasan Kesejahteraan Rakyat'. Tema ini ditetapkan ketika menyusun Rencana Kerja Pemerintah (RKP) 2013. Ada 11 prioritas nasional dan 3 prioritas bidang yang disampaikan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) dalam pidato Keterangan Pemerintah atas RAPBN 2013 beserta Nota Keuangannya pada Rapat Paripurna Pembukaan Masa Sidang I DPR-RI Tahun Sidang 2012-2013, di Gedung Nusantara, kompleks MPR/DPR, Jakarta, pada tanggal 16 Agustus 2013.

Adapun kesebelas prioritas nasional dan 3 prioritas bidang tersebut adalah (1) reformasi birokrasi dan tata kelola; (2) pendidikan; (3) kesehatan; (4) penanggulangan kemiskinan; (5) ketahanan pangan, (6) infrastruktur; (7) iklim investasi dan iklim usaha; (8) energi; (9) lingkungan hidup dan pengelolaan bencana; (10) daerah tertinggal, terdepan, terluar, dan pasca-konflik; serta (11) kebudayaan, kreativitas, dan inovasi teknologi. Sementara itu, 3 prioritas bidang mencakup: (1) politik, hukum, dan keamanan, (2) perekonomian, dan (3) kesejahteraan rakyat.

Di Desa Baturejo, tepatnya di wilayah Kabupaten Pati, hidup sekelompok masyarakat yang dinamakan masyarakat Samin. Apabila dilihat secara fisik, masyarakat Samin tidak berbeda dengan masyarakat lainnya. Yang menyebabkan mereka berbeda adalah karena mereka mempunyai latar belakang budaya yang tidak sama seperti pandangan atau falsafah hidup, sistem nilai, norma dan ajaran atau kepercayaan, adat istiadat dan bahasa tersendiri yang kesemuanya mempengaruhi

pola pikir dan perilaku masyarakat Samin. Dalam kehidupan sehari-hari mereka hidup berdampingan dengan masyarakat Jawa umumnya. Namun dalam penerapan program pembangunan masih menjadi kendala pada masyarakat Samin, dimana mereka terkenal dengan kegigihannya mempertahankan nilai-nilai budaya atau ajarannya yang telah dianutnya sejak dahulu kala.

Selain disebut orang Samin, ada beberapa sebutan lain yang digunakan oleh masyarakat biasa untuk merujuk pada para penganut Saminisme ini, seperti *wong Samin* (orang Samin), *wong Sikep* (orang Sikep), *Sedulur Sikep* ataupun orang Kalang. Untuk yang terakhir, lebih digunakan sebagai hinaan pada orang Samin, sebagai orang rimba atau orang hutan yang tak tahu sopan santun (http://mjeducation.co/selayang-pandang-suku-samin/ diunduh tanggal 11 Mei 2013).

Sebagaimana anggota masyarakat lainnya, saat ini masyarakat Samin telah pula mengadakan kontak sosial dengan anggota masyarakat yang berbeda budaya. Meski mereka sudah mengadakan kontak sosial dengan anggota masyarakat lainnya, namun dalam melaksanakan program-program pembangunan yang dicanangkan pemerintah ternyata tidak serta merta diikuti oleh seluruh anggota masyarakat Samin. Mereka yang sadar akan arti pentingnya pembangunan memiliki sikap positif, namun beberapa kelompok masyarakat tidak sepenuhnya mau mentaati program pemerintah seperti halnya masyarakat Samin di Desa Baturejo, Kabupaten Pati Jawa Tengah. Apabila program pemerintah berbenturan dengan sistem nilai, norma atau ajaran (kepercayaan) yang dianutnya, mereka dengan gigih akan mempertahankan sikap mereka meski akhirnya harus tejadi konflik untuk mempertahankan ajaran atau kepercayaan yang telah dianutnya selama ini.

Seiring dengan kemajuan jaman, apakah saat ini sikap terhadap program pembangunan semakin disadari oleh sebagian besar warga Samin, ataukah mereka tetap mempertahankan apa yang menjadi falsafah hidupnya. Apabila mereka tetap mempertahankan eksistensinya sebagai masyarakat terasing dengan tetap melestarikan tradisi budaya mereka, hal ini berarti pembangunan belum sepenuhnya dirasakan atau dinikmati oleh seluruh rakyat Indonesia.

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui sejauhmana penerimaan masyarakat Samin terhadap program pendidikan. Faktor-faktor apa saja yang melatarbelakangi penerimaan dan atau penolakan

terhadap program pendidikan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Co-cultural Theory* yang dikembangkan oleh Mark Orbe. Ia menjelaskan mengenai percakapan antara anggota kelompok dominan dan yang terwakilkan, termasuk orang-orang yang berwarna, wanita, gay, lesbian, biseksual, dan individu-individu transgender, orang yang tidak berkemampuan dan sebagainya. Teori ini bersifat khusus, dalam arti dari perspektif kelompok anggota yang terwakilkan ketika mereka merasakan bahwa perbedaan budaya sangat dirasakan. Selain itu teori ini juga memberikan pemahaman tentang bagaimana anggota kelompok *co-culture* mengatasi perbedaan budaya mereka dengan budaya lainnya (Littlejohn dan Foss, 2008:263-264) dan Teori Relativisme Budaya.

Secara teoritis, relativisme budaya didasarkan pada pemikiran bahwa perkembangan budaya tidak sama dari setiap wilayah di belahan bumi. Ada batas relatif antara budaya yang satu dengan yang lain. Lingkungan sosial, lingkungan fisik, dan perilaku manusia adalah sebuah sistem yang membentuk budaya seseorang atau sekelompok orang (Koentjaraningrat: 1980). Jadi jika suatu budaya tidak sama, berarti ada perbedaan secara relatif antara budaya yang satu dengan yang lainnya, tergantung pada kondisi lingkungan sosial, perilaku dari manusianya, dan kondisi lingkungan fisik. Jika perkembangan budaya antara satu wilayah budaya dengan wilayah budaya lainnya berbeda, maka standar kebenaran dan kebaikan yang ada tiap kelompok budaya akan berbeda satu dengan yang lainnya. Dari sinilah terbentuk nilai-nilai budaya yang sifatnya relatif.

Relativisme budaya memandang bahwa tidak ada budaya yang lebih baik dari budaya lainya. Karenanya tidak ada kebenaran atau kesalahan yang bersifat internasional. Relativisme budaya menolak pandangan bahwa terdapat kebenaran yang bersifat universal dari budaya-budaya tertentu. Di dalam konteks ini, relativisme budaya menjadi sangat penting sebagai metodologis, karenanya betapa pentingnya memahami budaya lokal berdasarkan keyakinan masyarakat tertentu. Dengan demikian relativisme budaya muncul sebagai reaksi dari adanya etnosentrisme, yang selalu mengukur baik-buruk dan benar-salah suatu budaya berdasarkan budayanya. Sedangkan relativitas budaya berprinsip bahwa kepercayaan dan aktivitas individu harus difahami berdasarkan budaya di wilayahnya masing-masing dan mengajak kepada siapapun untuk menghargai suatu budaya yang berbeda atau memiliki perbedaan dengan budayanya,

sehingga menghasilkan penilaian terhadap budaya yang bersifat relatif. Hal ini berarti bahwa tidak ada suatu komunitas masyarakat yang berhak mengklaim budayanya lebih unggul dibanding dengan budaya yang lain.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif yang bertujuan untuk mendeskripsikan secara terperinci fenomena sosial masyarakat Samin yang berkaitan dengan penerimaan program pembangunan yang dilakukan oleh pemerintah daerah.

Situs penelitian dalam penelitian ini adalah di Dukuh Bombong, Desa Baturejo, Kecamatan Sukolilo, Kabupaten Pati. Dukuh Bombong sebagai lokasi penelitian karena sebagian besar masyarakat Samin berada di daerah tersebut.

Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah anggota masyarakat Samin yang bertempat tinggal di Desa Baturejo, yang pernah mengikuti program pendidikan dan yang tidak mengikuti program pendidikan.

Tabel I
Identitas Informan

No	Nama	Umur	Pekerjaan	Keterangan
1	Mujiono	14	Membantu orang tua	Informan 1
2	Agung	14	Membnatu orang tua	Informan 2
3	Kahono	39	Petani	Informan 3
4	Icuk Bamban	39	Petani	Informan 4

Hasil dan Pembahasan

Penduduk Desa Baturejo menurut data Monografi Desa bulan Januari-Juni 2013 berjumlah 6.037 jiwa, terdiri dari 3.043 jiwa laki-laki, dan 2.994. jiwa wanita, dengan kepala keluarga yang berjumlah 2.122 KK. Pendidikan dalam arti sempit diartikan sebagai proses interaksi belajar mengajar dalam bentuk formal yang dikenal sebagai pengajaran, sedangkan pendidikan dalam arti luas mencakup seluruh proses hidup dan segenap bentuk interaksi individu dengan lingkungannya, baik secara formal, non formal maupun informal sampai dengan suatu taraf kedewasaan tertentu. Untuk mengetahui gambaran tingkat pendidikan di Desa Baturejo, dapat dilihat pada diagram berikut ini;

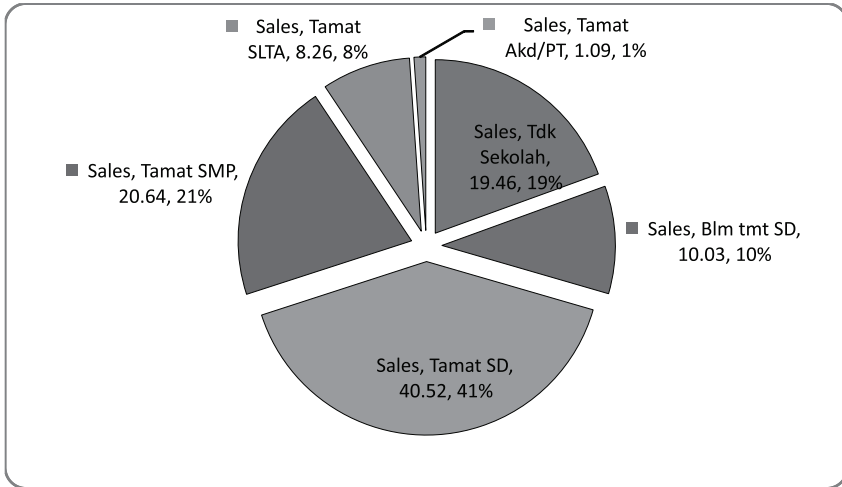



Diagram 1

Tingkat Pendidikan Penduduk Desa Baturejo

(Sumber Data: Monografi Kelurahan Baturejo, Juni 2013)

Secara umum berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa penduduk desa Baturejo sebagian besar berpendidikan SD sebesar 40,52 %, dan tamatan SMP sebesar 20,64.%. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa masyarakat desa Baturejo sebagian besar masih berpendidikan relatif rendah yakni pendidikan SD dan SMP saja, meski ada pula yang sampai ke jenjang yang lebih tinggi yakni SLTA dan akademik atau perguruan tinggi namun jumlahnya relatif sedikit.

Berdasarkan informasi yang diperoleh, warga Samin saat ini sudah banyak yang sekolah, meski belum dapat dikatakan semuanya. Rata-rata mereka bersekolah di lingkungan sekitar pemukiman mereka yakni SD Negeri 1,2, dan 3 Baturejo. Dari data yang diperoleh, diketahui bahwa pada tahun ajaran 2013 untuk desa Baturejo sendiri ada 11 (sebelas) anak Samin yang sekolah dan mereka duduk di kelas 1, 2, dan 5, sekolah dasar. Apabila dicermati mereka yang bersekolah tersebut adalah anak-anak warga Samin yang orang tuanya sudah menikah dengan orang luar (non Samin). Perubahan yang terjadi pada sikap masyarakat Samin, karena adanya beberapa warga Samin yang telah menikah dengan orang dari luar Samin.

Apabila dilihat dari anak-anak Samin murni sendiri hanya ada 2 (dua) orang saja yang masih sekolah dan baru duduk dikelas 1 SD.

Namun dari data yang diperoleh secara manual, mereka (Samin murni) sudah bersekolah sejak awal tahun 1980-an, karena ada beberapa anak yang pada tahun 1990-an sudah tamat SD meski jumlahnya hanya 1 atau 2 anak saja. Mereka yang sudah lulus SD ternyata tidak melanjutkan ke jenjang yang lebih tinggi. Dalam aktivitas sehari-harinya anak-anak Samin ini membantu orang tuanya. Anak perempuan membantu ibunya di rumah, sementara anak laki-laki yang sudah beranjak dewasa membantu ayahnya bekerja disawah.

Informan 1 adalah anak Samin murni dari ibu Purmini (25 tahun) dan bapak Sugito (25 tahun), yang dulu pernah sekolah dan sudah lulus tahun 2012. Menurut informan 1, tujuan sekolah itu hanya ingin bisa menulis, membaca dan mendapat pengalaman baru seperti bisa bermain sepak bola. Ketika dia masih sekolah, nilai yang diperoleh standar atau biasa, dan di sekolah dia adalah anak yang tidak memiliki prestasi apapun. Ketika masih sekolah informan 1 tergolong anak yang pasif, dalam mengikuti pelajaran tidak pernah bertanya dan sebaliknya gurunya pun juga tidak pernah memerintah dia untuk melakukan sesuatu misalnya. Namun ketika masih sekolah dia mengungkapkan perasaan senang, karena bisa sekolah, temannya banyak. Ada satu perasaan yang dia sukai yaitu apabila rajin atau masuk terus nilainya bisa mencapai 100. Sebagai seorang anak warga Samin, dia termasuk anak yang mudah bergaul, sehingga teman-temannya yang non Samin tidak ada yang melakukan sikap seperti yang mengejek atau mengolok-oloknya

Ketika hal yang sama ditanyakan kepada informan 2 yang sudah sekolah sampai kelas 5 SD, diperoleh jawaban yang sama bahwa ia sekolah karena keinginan sendiri, bukan karena pengaruh dari teman, lingkungannya atau orang tuanya. Tujuan sekolah juga hanya ingin bisa membaca dan menulis saja, tidak ada tujuan lainnya

Informan yang berusia 14 tahun ini, pernah sekolah hingga kelas 5 SD dan tidak ada keinginan untuk meneruskan sekolahnya. Orang tuanya bernama ibu Karmini (35 th) seorang ibu rumah tangga dan ayahnya bekerja merantau di Kalimantan. Ia mempunyai satu adik bernama Angga Saputra usia 7 tahun dan masih duduk di kelas 1 SD. Keinginan untuk bersekolah juga disampaikan kepada orang tuanya, meskipun orang tuanya menginginkan agar anaknya sekolah seperti yang dilakukan masyarakat Samin umumnya yakni sekolah di rumah sendiri. Akan tetapi karena informan 2 memang ingin sekolah, juga

adiknya yang ingin sekolah, maka orang tuanya mengijinkan anaknya untuk sekolah. Keinginan untuk sekolah itu karena di sekolah banyak temannya, memiliki pengalaman bermain seperti bermain sepak takrau sebagai salah satu kegiatan olah raga disekolah yang digemarinya. Ketika ditanya lebih lanjut tentang keinginan untuk mengikuti lomba sepak takrau, dia mengatakan tidak bisa mengikuti lomba yang diselenggarakan di sekolah karena syarat untuk mengikuti lomba adalah memiliki akte kelahiran, sementara masyarakat Samin umumnya tidak memilikinya. Sekarang informan 2 sudah tidak sekolah, kegiatan sehari-harinya adalah membantu orang tuanya di sawah *(garapan*) bersama ibunya di Desa Kasiyan Gadu Lor karena ayahnya merantau bekerja sebagai tukang bangunan

Sekarang ini anak-anak Samin juga sudah mengenal teknologi media, mereka juga sudah banyak yang menggunakan HP yang digunakan untuk berkomunikasi, *Short Message Service* (SMS), dan *game* (permainan). Disamping itu mereka juga banyak yang sudah memiliki televisi. Untuk informan 1 sendiri senang menonton program acara yang disukainya yakni sepakbola. Namun bagi warga Samin umumnya mereka termasuk khalayak yang pasif dalam menonton televisi, televisi hanya sebagai media hiburan semata. Ketika ditanya apakah ada keinginan untuk melanjutkan ke jenjang yang lebih tinggi, informan 1 menegaskan bahwa tidak ada keinginan untuk melanjutkan lagi yang penting sudah bisa membaca dan menulis baginya sudah cukup.

Informan 2 juga memiliki pendapat yang sama bahwa sekolah itu antara penting dan tidak penting, karena ia bersekolah itu tiada lain hanya untuk bisa membaca dan menulis. Anggapan seperti didasarkan atas pemikiran bahwa apabila ada tujuan lain tentu akan dilanjutkan. Oleh karena informan 2 tidak memiliki tujuan khusus, maka sekolah itu dianggapnya kurang penting karena tidak ada manfaatnya. Apa yang dikatakan oleh kedua informan diatas, oleh peneliti dilakukan pengulangan pada pertanyaan yang sama terhadap warga Samin (informan 3) yang tidak mengenyam pendidikan di sekolah dan diperoleh jawaban bahwa pendidikan yang dianutnya dan yang diajarkan kepada anak-anaknya adalah sesuai dengan ajaran yang dianutnya seperti tidak ingin melakukan iri, dengki, tidak ingin tahu urusan orang lain, mengambil barang milik orang lain, bahkan menemukan sesuatu barang tidak pernah dilakukannya.

Ketika ditanyakan lebih lanjut, ada tidaknya keinginan untuk memperoleh ilmu atau pengetahuan, menurut informan 3 bahwa sebagai manusia dia juga ingin mendapat pengetahuan karena sebagai manusia setiap hari harus bergaul dengan sanak saudara yang dianggap baik. Penting tidaknya mengikuti pelajaran di sekolah, menurut informan 3 sekolah itu tidak membuatnya menjadi ingin ikut sekolah, cara dia sekolah adalah tidak melakukan *drengki*, *srei* sesuai dengan ajarannya. Dari pernyataan informan 3 tersirat bahwa sekolah itu tidak penting, karenanya dia tidak ingin sekolah di lembaga formal. Konsep sekolah menurut informan 3 adalah mengikuti ajaran yang sudah diajarkan kepadanya.

Terkait dengan pernah tidaknya diadakan sosialisasi tentang pendidikan dari pemerintah agar masyarakat Samin mau sekolah, informan 3 menjawab dengan spontan bahwa tidak pernah diadakan sosialisasi tentang pendidikan, karena konsep tentang "sekolah" sudah sangat faham, yang oleh informan 3 diartikan sebagai pendidikan yang sesuai dengan ajarannya

Dari jawaban tersebut makna sekolah itu adalah sekolah untuk bisa menjadi petani atau menjadi orang tua yang baik. Dengan demikian berdasarkan data yang ada dan informasi dari informan 3 dan juga dari informan 1 dan 2, dapat diinterpretasikan bahwa partisipasi anak Samin untuk bersekolah di lembaga pendidikan formal sangat rendah, sekolah menurut masyarakat Samin adalah sebagaimana yang diajarkan pada ajaran yang diikutinya.

Terkait dengan perkembangan teknologi yang cukup pesat, informan 4 berpendapat bahwa perkembangan teknologi, tidak mempengaruhi kehidupan masyarakat Samin di Desa Bombong. Telepon seluler hanya sekadar untuk memberi informasi saja tidak lebih dari itu. Pertanyaan selanjutnya adalah apakah setelah mbah Tarno sudah tiada, akan berpengaruh terhadap pendidikan atau tetap seperti biasa. Dengan kata lain apakah ada warga Samin yang anaknya sekolah. Informan 4 memiliki pandangan bahwa pada masa mbah Tarno (sebagai ketua adat) masih hidup, anak yang disekolahkan di TK dan SD sudah ada, tetapi tidak seberapa, dan sekarang warga Samin yang anaknya di sekolahkan di TK dan SD juga ada, tetapi juga tidak seberapa

Tentang seperti apa tipe masyarakat Samin yang anak-anaknya disekolahkan, menurut informan 3 adalah mereka (masyarakat Samin)

yang sudah tidak mentaati ajaran Samin dan dianggap bukan masyarakat Samin murni. Mengenai ada tidaknya anak Samin yang melanjutkan sekolahnya ke jenjang yang lebih tinggi, dikatakannya bahwa mereka ada yang kembali keajarannya orang Samin, tetapi ada juga yang meneruskan usahanya yakni berdagang. Bagi anak Samin yang berdagang itu adalah mereka yang sudah keluar dari ajaran Samin, meskipun yang keluar hanya satu orang saja dengan tingkat pendidikan terakhir lulus SD.

Dari pernyataan informan 3 dan informan 4 sepertinya ada kekhawatiran apabila anak-anak Samin bersekolah, sebagaimana dikatakan oleh informan 3 bahwa kalau anak-anak sekolah, hal itu nanti pekerjaan seperti menyapu, bersih-bersih rumah, membantu orang tuanya menjadi tidak tertangani, padahal pekerjaan itu adalah hal yang utama. Informan 4 juga menambahkan bahwa sebenarnya sekolah itu hak masing-masing orang sesuai dengan tujuan hidup mereka, jadi tidak bisa dipaksakan bagi anak-anak untuk sekolah. Pendapat dari informan Samin ini menunjukkan bahwa sama sekali tidak ingin anak-anaknya sekolah, karena dia punya pengalaman yang pernah dialami oleh saudaranya meski tidak satu ajaran. Menurutnya bahwa ada perbedaan antara anak yang ditunggu oleh orang tuanya, atau dengan anak yang ditunggu oleh saudaranya yang dekat dengan anak yang belajarnya lebih di tekankan. Anak-anak yang ditunggu atau selalu dekat dengan orang tuanya akan menjadi anak Samin yang diharapkan, sementara anak yang belajarnya lebih ditekankan akan menjadi anak yang pandai namun masalah agama diabaikan sehingga pada akhirnya akan menjadi anak yang suka *minteri*.

Terkait dengan media televisi yang sekarang ini juga banyak dimiliki warga Samin, informan 4 mengatakan bahwa televisi itu besar sekali pengaruhnya pada anak-anak, sampai-sampai mereka lupa untuk melakukan aktivitasnya sehari-hari. Oleh karenanya dia selalu menghimbau kepada anak-anaknya agar tidak menonton secara serius. Menurut informan 4, media televisi juga memberikan pengaruh yang buruk pada anak-anak. Kalau terlalu sering melihat televisi, bisa lupa akan pekerjaan, karenanya meski menonton televisi, tetapi yang penting harus bisa membagi waktu antara menonton dan bekerja.

Dengan demikian sekolah bagi masyarakat Samin merupakan proses pembelajaran seumur hidup. Proses pembelajaran yang sering disebut oleh masyarakat Samin sebagai "sekolah" masih berlangsung

sampai saat ini. Proses pembelajaran ini sering disebut dengan "*toto nggaota neng garapan atau sinau masak neng pawon*" yakni pendidikan di sawah atau belajar memasak di dapur. Secara umum, sekolah bukan sekadar dipahami sebagai proses untuk mempelajari baca dan tulis saja, akan tetapi lebih dipahami sebagai pembelajaran tentang makna hidup setiap manusia.

Secara khusus, belajar memiliki arti tentang bagaimana bertahan hidup dan segala sesuatu yang dibutuhkan untuk tetap kuat dalam menghadapi tantangan yang ada. Oleh karena itu, belajar di sekolah yang sifatnya formal hanya dilihat sebagai bagian dari apa yang mereka pahami sebagai belajar itu sendiri. Meski demikian, belajar membaca dan menulis huruf *gedrik* (cetak) tetap merupakan bagian yang cukup penting dalam kehidupan masyarakat Samin. Hal ini terjadi karena pada saat ini dimana teknologi juga sudah mulai memasuki wilayah pedesaan, mereka pun juga sudah mulai menggunakan peralatan komunikasi seperti telepon seluler, memiliki media televisi dan sepeda motor di samping media radio yang sudah lama mereka kenal dan gunakan. Mereka menyadari bahwa untuk dapat bertransaksi di bidang perdagangan dan dapat menggunakan media massa, membutuhkan kemampuan membaca dan menulis tidak hanya dalam bahasa atau aksara Jawa, akan tetapi juga dalam bahasa Indonesia, dan hal ini sudah mulai dilakukan pada warga Samin yang menikah dengan warga non Samin. Namun demikian proses belajar baca dan tulis yang saat ini mereka lakukan, belum bisa menyebar ke seluruh masyarakat Samin karena ajaran Samin yang masih begitu kuat, disamping juga keterbatasan sarana dan prasarana yang ada seperti guru, lahan untuk tempat belajar membaca dan menulis, dan waktu yang sepenuhnya sudah dipergunakan untuk bekerja di sawah.

Untuk melihat lebih jauh bagaimana pendidikan yang dijalankan masyarakat Samin terhadap anak-anaknya, dapat dilihat dari bagaimana sikap masyarakat Samin dalam memaknai lingkungan alam di sekitarnya. Sebagian besar kelompok masyarakat Samin di Desa Baturejo masih memiliki sikap arif dalam melihat lingkungan disekitarnya. Alam beserta isinya mereka jaga dan pelihara untuk kelestarian lingkungan dan sumber kehidupan dimana mereka tinggal bersama anak-anak dan keturunannya. Alam yang telah mengajarkan keseimbangan dan harmonisasi dalam hidupnya menjadikan masyarakat Samin lebih mendekatkan pada alam. Meski semua orang membicarakan pentingnya pendidikan formal di

sekolah atau pendidikan yang lebih tinggi, namun tidak demikian halnya dengan masyarakat Samin. Bagi mereka agar dapat hidup dengan harmonis dan selaras, maka nilai-nilai kearifan perlu dipelajari. Mereka tidak menginginkan titel, gelar atau pangkat atau kedudukan yang tinggi, akan tetapi bagaimana dapat hidup tanpa tekanan, tanpa paksaan dan tanpa pengaruh dari luar. Sementara semua orang berlomba-lomba mencari dengan segala cara agar bisa meraih tujuan hidup yang dicita-citakan antara lain melalui pendidikan formal. Namun tidak demikian halnya dengan masyarakat Samin, anak-anak dan keturunan mereka dididik dengan lebih mengedepankan pendidikan keluarga agar kelak bisa menghidupi dirinya sendiri tanpa mengganggu kehidupan orang lain, dan tanpa ketergantungan pada orang lain.

Sikap masyarakat Samin tidak pernah berubah. Ajaran yang dianutnya memberikan tuntunan tentang moral, nilai-nilai yang luhur, etika dalam pergaulan, harmonisasi dalam kehidupan. Sebagai manusia mereka juga ingin seperti masyarakat lainnya, namun ajaran yang begitu kuat menjadikannya tidak tidak terpengaruh dengan hal-hal yang bersifat keduniawian. Mereka menyadari bahwa banyak orang mencemooh sikapnya, perilakunya dengan sebutan-sebutan yang tidak sepantasnya, namun mereka tetap teguh dengan ajaran atau prinsip hidupnya. Mereka juga menyadari bahwa dengan tidak menyekolahkan anak-anak mereka di sekolah secara formal, anak-anak mereka akan di cap sebagai anak yang bodoh, diejek dan sebagainya.

Penutup

Kesimpulan dari penelitian tentang "Pendidikan Ala Masyarakat Samin di Desa Baturetno, Sukolilo, Pati, Jawa Tengah" adalah;

1. Sosialisasi dalam bidang pendidikan dalam upaya mengajak masyarakat Samin untuk bersekolah belum mendapat respons yang positif. Anak-anak Samin yang bersekolah relatif sedikit. Mereka yang bersekolah rata-rata hanya sampai tingkat SD saja.
2. Tujuan mereka bersekolah hanya untuk bisa membaca dan menulis saja, dan bukan untuk memperoleh titel atau kedudukan yang tinggi. Hal ini ditengarai karena adanya media elektronik seperti televisi dan juga telepon seluler yang dimilikinya yang membutuhkan kemampuan untuk bisa membaca dan menulis. Oleh karenanya bagi anak Samin yang bersekolah kurang memberikan manfaat

secara langsung pada dirinya. Bagi masyarakat Samin pemahaman akan sekolah adalah belajar bertanam padi disawah bagi anak laki-laki, dan belajar dirumah seperti menyapu, mencuci piring, mencuci pakaian dan memasak bagi anak perempuan. Konsep sekolah juga terkait dengan pemeliharaan terhadap alam disekitarnya. Mata pencaharian masyarakat Samin yang sebagian besar bekerja sebagai petani, menjadikan lahan sawah selalu dipelihara dan dirawatnya, agar tetap bisa memberikan hasil pertanian yang dapat dinikmati keluarganya.

Sementara itu, sarana yang bisa diajukan sebagai berikut;

1. Perlunya pemerintah melakukan sosialiasi secara terus menerus pada keluarga Samin untuk menumbuhkan pentingnya kesadaran tentang pendidikan.
2. Perlunya menciptakan media dialog interaktif antara tokoh budaya Samin, Akademisi dan Pemerintah tentang upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat Samin melalui pendidikan.

Daftar Pustaka

Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi Di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Denzim, Norman K. dan Lincoln, Ivonna S. (eds). 1994. *Handbook of Qualitative* Research. California: Sage Publications Inc. 2455 Teller Road Thusand Oaks.

DeVito, Joseph A. 1997. *Komunikasi Antar Manusia* (edisi kelima). Jakarta: Professional Books.

Freire, Paulo. 1984. *Pendidikan Sebagai Praktik Pembebasan*. Jakarta: PT Gramedia.

Herskovits, Melville Jean. 1972. *Cultural Relativism: Perspectives in Cultural Pluralism*. Random House Vintage Books.

Gudykunst, William R., (ed.). 2005. *Theorizing About Intercultural Communication.* United State of Amerika: Sage Publication.

Hutomo, Suripan Sadi. 1985. "*Samin Surontiko dan Ajaran-ajarannya*" dalam Majalah *Basis*, Januari XXXIV.

Jandt, Fred E. 2004. *An Introduction to Intercultural Communication, Identities in a Global Community* (fourth edition). California: Sage Publication.

Littlejohn, Stephen W. dan Foss, Karen A. 2009. *Teori Komunikasi* (edisi 9). Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.

________________________. (eds), 2009. *Encyclopedia of Communication Theor.* California: A Sage Reference Publication.

Moleong, Lexy.J. 1989. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Remadja Karya.

Morissan. 2013. *Teori Komunikasi, Komunikator, Pesan, Percakapan, dan Hubungan (Interpersonal)*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Mulyana, Deddy dan Rakhmat, Jalaludin (eds.). 1998. *Komunikasi Antarbudaya: Pandungan Berkomunikasi dengan Orang-orang Berbeda Budaya*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Mulyana, Deddy. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif, Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Samovar, Larry A., Porter, Richard E, Mc Daniel, Edwin R. 2010. *Komunikasi Lintas Budaya, Communication Between Cultures*. (edisi 7). Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.

Ting-Toomey, Stella. 1999. *Communicating Across Cultures*, New York: The Guildford Press.

Website:

http://id.answers.yahoo.com/question/index?qid=20100807004423AAZYIkf/diunduh tgl 29 April 2013

http://www.researchgate.net/publication/51014087_PARTISIPASI_MASYARAKAT_SAMIN_DALAM_MENDUKUNG_PENYELENGGARAAN_PEMERINTAHAN_DESA_%28Studi_di_Desa_Baturejo_Kecamatan_Sukolilo_Kabupaten_Pati_Jawa_Tengah%29/diunduh tgl 11 Mei 2013

Pemerintah Tetapkan 11 Prioritas Nasional dan 3 Prioritas Bidang http://www.presidenri.go.id/index.php/fokus/2012/08/16/8224.html/diunduh tgl 11 Mei 2013

http://www.presidenri.go.id/index.php/fokus/2012/08/16/8224.html/diunduh tgl 11 Mei 2013

http://staff.uny.ac.id/sites/default/files/05%20samin%20bu%20puji.pdf/diunduh tgl 11 Mei 2013

Komunikasi Antar Budaya Etnis Tionghoa dan Etnis Madura di Pasar Pabean Surabaya dalam Meminimalkan Konflik

Diandra Agin Zelika Putri, Anastasia Yuni Widyaningrum
dan *Yuli Nugraheni*

Pendahuluan

Ada sebuah fenomena yang menarik dalam kegiatan perekonomian yang sudah terlihat sejak jaman Belanda pada tahun 1849 hingga sekarang. Kegiatan itu berkaitan dengan aktivitas perdagangan di pasar Pabean Surabaya. Secara geografis pasar ini berada di Jl Kembang Jepun dan Jl KH Mas Mansyur. Daerah ini merupakan perbatasan kampung Pecinan, kampung Arab, dan kampung Madura. Sehingga pasar ini merupakan tempat bertemunya semua pedagang dari berbagai etnis. Selain itu Pasar Pabean merupakan salah satu pasar yang cukup lengkap untuk memenuhi kebutuhan pokok dibanding pasar-pasar di sekitarnya seperti Pasar Kapasan dan Pasar Atum. Selain itu Pasar Pabean bisa dibilang pasar paling senior karena merupakan pasar tradisional tertua di Surabaya yang sudah ada sejak jaman penjajahan Belanda.

Pasar adalah sisi dunia usaha yang mempunyai karakteristik kerakyatan yang lekat dengan dimensi sosial, ekonomi dan budaya. Sebagai tumpuan kehidupan dari generasi ke generasi, *trend* pasar harus dapat memenuhi tuntutan waktu, baik fisik maupun nuansa kegiatannya. Kegiatan di pasar melibatkan masyarakat baik selaku pembeli maupun penjual saling membutuhkan satu sama lainnya. Keberadaan pasar pada hakekatnya bertujuan untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat agar bisa memenuhi berbagai keinginan yang dibutuhkan bagi kelangsungan hidup.

Pasar terbagi dua yaitu pasar modern dan pasar tradisional. Perkembangan pasar modern seperti *minimarket, supermarket* dan *hypermarket* akhir-akhir ini telah menggeser peran pasar tradisional. Sebagian masyarakat kini telah memenuhi kebutuhan rumah tangganya dari pasar modern, dan terutama masyarakat yang berada di daerah perkotaan. Namun peran pasar tradisional tidak bisa ditinggalkan begitu saja karena masyarakat masih menjadikan tujuan pemenuhan kebutuhan di pasar tradisional. Di Pasar Pabean, salah satu pasar tradisional di Surabaya, terdapat adanya keanekaragaman etnis dengan etnis mayoritas adalah etnis Madura dan etnis Tionghoa. Interaksi yang ada di Pasar Pabean lebih cenderung pada kebiasaan sehari-harinya. Bahasa yang digunakan adalah bahasa sehari-hari, bahasa daerah dan bukan bahasa Indonesia.

Penelitian ini adalah penelitian dengan kajian komunikasi antar budaya yang membahas tentang komunikasi antar budaya antara pedagang etnis Madura dan pedagang etnis Tionghoa yang ada di Pasar Pabean Surabaya. Komunikasi antar budaya menjadi salah satu kajian yang penting, karena komunikasi multikultur termasuk ke dalam komunikasi antarpersonal yang dilakukan oleh manusia di dalam kehidupan.

Berbagai macam etnis yang ada di Surabaya bertemu dalam suatu tempat, untuk saling melakukan interaksi dan berkomunikasi. Salah satu keunikan Pasar Pabean adalah tempat ini bisa menjadi simbol keberagaman, dimana ada 1.475 pedagang dari berbagai macam etnis bisa melebur jadi satu dalam keharmonisan di Pasar Pabean Surabaya. Interaksi pedagang di Pasar Pabean lebih banyak dalam bentuk komunikasi antarpribadi yaitu individu dengan individu, dikarenakan mereka memiliki latar belakang kebudayaan yang berbeda. Maka mereka lebih sering terlibat dalam komunikasi antarbudaya, menariknya lagi mereka bisa berkomunikasi dengan efektif. Ini ditunjukkan dengan interaksi di antara mereka harmonis, bahasa yang digunakan dimengerti oleh keduanya, sehingga pesan dan pembentukan makna dengan cepat dimengerti oleh keduanya.

Di dalam masyarakat multikultur tentu saja ada beberapa nilai yang tidak dipahami satu sama lain sehingga berpotensi menimbulkan konflik. Menurut Purwasito (2003:24) masyarakat multikultural adalah suatu masyarakat bersifat majemuk sejauh masyarakat tersebut secara struktur memiliki sub-sub kebudayaan yang ditandai oleh kurang berkembangnya

sistem nilai yang disepakati oleh seluruh anggota masyarakat dan juga sistem nilai dari satu kesatuan sosial, mengakibatkan seringnya muncul konflik-konflik sosial. Namun, ini tidak terjadi di Pasar Pabean karena memang tidak ada catatan sejarah bahwa terjadi konflik terbuka di Pasar Pabean Surabaya.

Tentu saja para pedagang melakukan interaksi terutama dalam hal berdagang, karena pasar tempat mereka melakukan proses transaksi. Dalam kondisi pasar yang terdiri dari beraneka ragam etnis ini tentu saja memungkinkan memicu adanya konflik. Persoalan ekonomi sebagai penyebab konflik antar etnis merupakan sesuatu yang tak terbantah, meskipun tentu tidak semua konflik antar etnik ditimbulkan karena persoalan ekonomi belaka. Faktor yang lain adalah dimana adanya kepentingan antar kelompok masyarakat dan faktor dominasi sosial, politik dan agama (Mulyana, 2000:74).

Observasi di lapangan menunjukkan dominasi pedagang etnis Madura di pasar Pabean, disebabkan letak pasar ini yang secara geografis dekat dengan perumahan kampung Madura. Kelompok pedagang etnis Tionghoa menduduki urutan terbanyak kedua di Pasar Pabean. Kontribusi pendapatan Pasar Pabean ke Pemerintah Kota Surabaya adalah 2,28 miliar per tahunnya. Jumlah yang cukup besar untuk sebuah pasar tradisional yang sudah cukup lama dan cukup berpengaruh untuk mencukupi kebutuhan penduduk Surabaya.

Keunikan dalam Pasar Pabean adalah harmonisasi dua etnis yang berlatar belakang berbeda, yaitu pedagang etnis Madura dan pedagang etnis Tionghoa yang bisa melakukan kegiatan perdagangan tanpa adanya gesekan-gesekan sosial yang memicu konflik. Bahkan etnis Tionghoa juga ada dalam setiap "stan-stan" yang terbagi dalam pasar ini, karena memang Pasar Pabean terkenal dengan komoditi ikan segar, ikan asin, terasi, bumbu, rempah-rempah dan kain. Kota Surabaya sebagai kota metropolitan memang terkenal dengan heterogenitasnya, bisa tercermin dalam pasar Pabean yang terdiri dari berbagai ragam etnis dan beragam latar belakang budaya (http://pasarsurya.com/index.php?option diakses pada tanggal 03 April 2014).

Dalam kemajemukannya, pedagang Pasar Pabean tetap dapat menjaga integrasi bangsa. Mereka tetap dapat bekerjasama di dalam kehidupan bermasyarakat sebagai bukti sebuah keharmonisan di antara mereka, walau mempunyai latar belakang kebudayaan yang berbeda.

Peristiwa-peristiwa di lapangan yang melibatkan hampir semua pedagang pasar Pabean seperti benah-benah pasar dan bencana kebakaran. Ini menunjukkan mereka meninggalkan identitas etnis mereka dan mau bekerjasama untuk kebaikan bersama.

Tetapi hal ini tidak lantas membuat para pedagang bisa berdampingan selalu harmonis. Seseorang sedikit banyak akan terpengaruh dengan pola-pola pemikiran dan pendirian kelompoknya. Pemikiran dan pendirian yang berbeda itu pada akhirnya akan menghasilkan perbedaan individu yang dapat memicu konflik.

Fenomena lain muncul dalam interaksi pedagang etnis Madura dan etnis Tionghoa di Pasar Pabean, karena mereka melakukan komunikasi antarbudaya yang berfokus pada komunikasi antarpribadi, ternyata ini menimbulkan fenomena gunung es. Memang di permukaan tidak ada konflik terbuka yang terjadi, namun yang timbul justru konflik laten yang sewaktu-waktu bisa meledak. Dalam hal perekonomian terutama berdagang mereka saling berkompetisi, terkadang bahkan hingga harus merugikan materi satu sama lain.

Menghadapi perbedaan budaya memang tidak mudah bagi para pedagang etnis Madura dan pedagang etnis Tionghoa di Surabaya, namun mereka berhasil meredam konflik diantara mereka. Karena mereka melakukan strategi komunikasi antar budaya untuk menciptakan komunikasi yang efektif sehingga bisa meminimalkan potensi konflik.

Kuncinya adalah pedagang etnis Madura dan etnis Tionghoa sadar akan hak dan kewajiban pada interaksi seluruh anggota masyarakat yang berperan sebagai peserta komunikasi. Diimbangi juga komunikasi efektif untuk lebih memahami seseorang dan situasinya sehingga tentu ini dapat menyelesaikan perbedaan, membangun kepercayaan dan rasa hormat, memecahkan masalah, serta menumbuhkan kasih sayang dan meningkatkan kepedulian antar manusia. Salah satu hal nyata yang dilakukan kedua pedagang ini adalah saling memahami bahasa daerah satu sama lain, agar memaksimalkan makna pesan juga meningkatkan kualitas hubungan.

Uraian di atas menggambarkan adanya kemajemukan masyarakat yang berpotensi pada konflik, namun yang perlu dijaga adalah bagaimana konflik itu tidak muncul dan meledak. Salah satu caranya dengan komunikasi antarbudaya yang efektif agar bisa meminimalisir konflik. Gudykunst (2003: 50) mengatakan bahwa segala keefektifan

dalam interaksi antarbudaya tergantung pada komunikasi antar budaya. Sehingga kecemasan dan ketidakpastian adalah dasar penyebab dari kegagalan komunikasi pada situasi antar budaya.

Sehingga penelitian ini akan menggunakan komunikasi antarbudaya untuk meminimalisir konflik yang terjadi antara sesama pedagang. Charley H. Dood mengatakan bahwa komunikasi antarbudaya meliputi komunikasi yang melibatkan peserta komunikasi yang mewakili pribadi, antarpribadi, dan kelompok dengan tekanan pada perbedaan latar belakang kebudayaan yang memengaruhi perilaku komunikasi para peserta (Dood, 1991:5).

Strategi Komunikasi Lintas Budaya dalam Relasi Multietnis

Definisi yang paling sederhana dari komunikasi antarbudaya adalah komunikasi antar dua orang atau lebih yang berbeda latar belakang kebudayaan. Komunikasi antarbudaya lebih menekankan aspek utama yakni komunikasi antar pribadi di antara komunikator dan komunikan yang kebudayaannya berbeda. Komunikasi antarbudaya adalah kegiatan komunikasi antarpribadi yang dilangsungkan diantara para anggota kebudayaan yang berbeda. Setiap bangsa mempunyai s a t u kebudayaan yang homogen. Konsep yang mau dihomogenisasikan itu adalah konsep suku bangsa atau *state* dengan *the people*. Menurut Andrea L. Rich dan Dennis M. Ogawa dalam buku karya Larry A. Samovar dan Richard E. Porter, *Intercultural Communication, A Reader* menyatakan bahwa komunikasi antarbudaya adalah komunikasi antar orang-orang yang berbeda kebudayaan (Samovar dan Porter, 1976:25).

Pengertian-pengertian komunikasi antar budaya tersebut membenarkan sebuah hipotesis proses komunikasi, bahwa semakin besar derajat perbedaan antar budaya maka semakin besar pula kita kehilangan peluang untuk merumuskan suatu tingkat kepastian sebuah komunikasi yang efektif. Jadi, harus ada jaminan terhadap akurasi interpretasi pesan-pesan verbal maupun non-verbal. Hal ini disebabkan karena ketika kita berkomunikasi dengan seseorang dari kebudayaan yang berbeda, maka kita memiliki pula perbedaan dalam sejumlah hal. Dengan demikian manakala suatu masyarakat berada pada kondisi kebudayaan yang beragam maka komunikasi antarpribadi dapat menyentuh nuansa-nuansa komunikasi antarbudaya. Kebudayaan yang menjadi latar belakang kehidupan akan mempengaruhi perilaku komunikasi manusia. Oleh

karena itu, di saat kita berkomunikasi antar pribadi dengan seseorang dalam masyarakat yang makin majemuk, maka dia merupakan orang yang pertama dipengaruhi oleh kebudayaan kita (Liliweri, 2004:12).

Dalam berkomunikasi antar budaya yang berbeda, tidak bisa dihindari pasti terdapat hambatan-hambatan komunikasi antar budaya yang menyebabkan komunikasi antar pelaku komunikasi tidak efektif atau terjadi kesalahpahaman walau sekecil apapun. Hambatan ini muncul dari dalam seorang individu yang dipengaruhi faktor afektif dan kognitif, karena pada dasarnya hambatan ini bersumber dari harapan individu, efek dari *in-group* vs *out group, stereotype, prejudice,* kategori sosial, diskriminasi, dan rasisme yang dimiliki seseorang terhadap orang atau sekelompok orang dari budaya lain yang berbeda (Rakhmat, 2009:144).

Stereotype adalah generalisasi tentang beberapa kelompok orang yang sangat menyederhanakan realitas. Sikap seperti ini seringkali nampak ketika seseorang menilai orang lain pada basis kelompok etnis tertentu, dan selanjutnya dibawa pada penilaian terhadap pribadi individu tersebut. Maka dari itu, sebenarnya ketika seseorang sedang melakukan kontak antar budaya dengan individu lain, pada dasarnya orang tersebut sedang berkomunikasi dengan identitas etnis dari individu tersebut (Toomey, Stella Ting, 1999:159).

Prejudice atau prasangka adalah sikap kaku terhadap suatu kelompok yang didasarkan pada keyakinan atau pra konsepsi yang keliru, juga dapat dipahami sebagai penilaian yang tidak disadari. Berdasarkan penilaian tadi, sikap prasangka telah membuat seseorang memasang pagar pembatas terhadap orang lain dalam pergaulan dan justru seseorang akan cenderung lebih emosional ketika prasangka terancam oleh hal-hal yang bersifat kontradiktif. Itu sangat menghalangi seseorang untuk dapat melihat kenyataan secara akurat (Toomey, Stella Ting, 1999:159).

Strategi Komunikasi Antar Budaya dalam Meminimalkan Potensi Konflik

Kunci dari komunikasi yang harmonis ini adalah komunikasi efektif. Komunikasi yang harmonis dapat dengan mudah dicapai bila komunikasi yang dilakukan sudah efektif. Biasanya komunikasi yang harmonis ini akan sulit tercapai bila kita sudah memiliki persepsi yang buruk tentang suatu etnis, sehingga memperburuk hubungan dan cara pandang kita terhadap etnis tertentu (Devito, 2010:154). Serta diperlukan stategi

untuk mengelola konflik dan meminimalkan potensi konflik, sehingga bisa mengurangi ketidakpastian dan bisa meningkatkan penyesuaian hubungan-hubungan sosial (Harskamp, 2005:15).

Nolan (1999:152) mengklasifikasikan 5 strategi untuk meminimalisir hambatan komunikasi antar budaya dalam lingkungan sosial, yaitu:

1. *Winner takes all*, yang berarti strategi ini lebih menekankan harus dia yang menang dan orang lain yang kalah dan untuk menjadi pemenangnya dia harus menggunakan berbagai macam cara, tekanan, intimidasi, dan tidak menghiraukan rusaknya sebuah hubungan. Strategi menghasilkan *high outcome* tetapi *low relationship.*
2. *Withdraw*, startegi ini biasanya digunakan oleh seseorang yang merasa *powerless, resigned,* dan *indifferent.* Sehingga dia akan selalu menghindar jika menemui segala perbedaan yang disebabkan karena dirinta atau orang lain yang berbeda dan strategi ini menghasilkan *low outcome* dan *high relationship.*
3. *Accomodate*, strategi ini menghasilkan *low outcome* dan *high relationship.* Orang yang memilih strategi ini cenderung ingin membangun kondisi yang harmonis dan menghindari segala bentuk perbedaan. Kondisi semacam ini pada akhirnya membuat tertekan karena sebenarnya yang dia lakukan hanyalah untuk menjaga sebuah hubungan dengan orang lain tetap baik walaupun dia akan berkorban lebih banyak untuk itu.
4. *Compromise*, strategi ini menghasilkan *moderate outcome* dan *moderate relationship* dimana masing-masing peserta komunikasi bernegoisasi untuk mempertemukan kepentingan mereka. Kemudian, mereka berdua harus mengorbankam setengah dari kesenangannya atau tujuannya agar tidak merugikan pihak lain. Usaha inilah pada akhirnya membuat mereka meminimalisir perbedaan dan berusaha mencari persamaan diantara mereka agar setengah dari tujuan mereka masing-masing tercapai.
5. *Collaborate*, strategi ini menghasilkan *high outcome* dan *high relationship* dimana masing-masing peserta komunikasi berusaha menjaring penyelesaian yang bisa membuat mereka berdua menang (*let's both win*).

Beberapa strategi di atas bisa menjadi salah satu cara untuk meminimalisir konflik, karena kenyataannya memang konflik tidak bisa

dihentikan tapi setidaknya bisa dicegah. Pada penelitian ini dijelaskan apa yang digunakan pedagang etnis Madura dan pedagang etnis Tionghoa dalam meminimalkan potensi konflik.

Peneliti melakukan penelitian selama 3 bulan dimulai bulan Februari-April 2015. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan studi kasus. Studi kasus merupakan salah satu strategi dan metode analisis data kualitatif yang menekankan pada kasus-kasus khusus yang terjadi pada objek analisis. Objek penelitian adalah komunikasi antarbudaya etnis Tionghoa dan etnis Madura dan subyek penelitian adalah pedagang di pasar Pabean, Surabaya.

Unit analisisnya adalah ujaran-ujaran verbal dalam wawancara dengan kriteria partisipan penelitiannya adalah (1) Etnis Madura; (2) Etnis Tionghoa ; (3) Minimal sudah berdagang selama 5 tahun. Adapun proses analisis dalam penelitian ini terdiri dari tiga fase (Kriyantono, 2010:196), yaitu: a) Reduksi Data *(data reduction)* b) Penyajian Data *(data display)* c) Penarikan Kesimpulan *(conclusion)*

Pembahasan

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan oleh peneliti di pasar Pabean, maka diperoleh beberapa informan yang dianggap cukup mengenal serta memahami situasi dan kondisi pasar. Adapun informan yang dijadikan subjek penelitian berjumlah 6 orang yang terdiri atas pedagang serta kepala pasar, yang dipilih secara acak dimana keduanya berasal dari etnis madura dan tionghoa, serta latar belakang yang berbeda-beda.

Tabel 1.

Karakteristik Informan

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Etnis
1	Lita	Perempuan	55 Tahun	Pedagang Palawija	Tionghoa
2	Benny	Laki-Laki	45 Tahun	Pedagang Palawija	Tionghoa
3	Asiyah	Perempuan	38 Tahun	Pedagang Jilbab	Madura
4	Sahroh	Perempuan	55 Tahun	Pedagang Buah	Madura
5	Achmad	Laki-Laki	40 Tahun	Pedagang Ikan	Madura
6	Abdul Syukur	Laki-Laki	45 Tahun	Kepala Pasar	Jawa

Dari hasil observasi dan juga wawancara yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwasanya kebanyakan dari informan lebih sering menggunakan bahasa daerah karena menurut mereka penggunaan bahasa daerah pesan yang akan disampaikan lebih cepat dan mudah dimengerti. Sedangkan dengan penggunaan bahasa Indonesia sendiri hanya digunakan kepada orang-orang yang belum kenal dan akrab. Sehingga pedagang etnis Madura dan pedagang etnis Tionghoa saling belajar bahasa satu sama lain, juga belajar tradisi-tradisi budaya satu sama lain, dengan ini mereka melakukan sebuah harmonisasi.

Dari hasil observasi dan juga wawancara yang dilakukan oleh peneliti, dapat diketahui bahwa para pedagang mengalam hambatan-hambatan komunikasi antarbudaya terutama stereotip. Hal ini tentu saja membuat potensi konflik diantara hubungan juga interaksi mereka, karena setelah ditelisik lebih dalam ada konflik yang sudah terjadi namun tidak timbul anarkis. Kemudia pedagang disini melakukan strategi komunikasi antarbudaya untuk berkompromi, sehingga ini salah satu cara ampuh meredam potensi konfli.

Hambatan yang Rentan Konflik

Interaksi di pasar Pabean juga mencerminkan bagaimana kebudayaan menjadi latar belakang kehidupan akan mempengaruhi perilaku komunikasi manusia. Pedagang etnis Tionghoa dengan segala macam kebudayaannya bisa memengaruhi pedagang etnis Madura, begitupun sebaliknya. Hal ini diperkuat juga oleh Liliweri (2014:12) semakin besar derajat perbedaan antarbudaya maka semakin besar pula kita kehilangan peluang untuk merumuskan suatu tingkat kepastian sebuah komunikasi yang efektif. Jadi, harus ada jaminan terhadap akurasi interpretasi pesan-pesan verbal maupun non-verbal. Oleh karena itu, di saat kita berkomunikasi antarpribadi dengan seseorang dalam masyarakat yang makin majemuk, maka dia merupakan orang yang pertama dipengaruhi oleh kebudayaan kita.

Hambatan komunikasi antarbudaya muncul dari dalam seorang individu yang dipengaruhi faktor afektif dan kognitif, karena pada dasarnya hambatan ini bersumber dari harapan individu, efek dari *in-group* vs *out group, stereotype, prejudice,* katagori sosial, diskriminasi, dan rasisme yang dimiliki seseorang terhadap orang atau sekelompok orang dari budaya lain yang berbeda (Rakhmat, 2009:144).

Stereotip yang terjadi diantara pelaku-pelaku komunikasi tampaknya dapat mengganggu saling pemahaman antarbudaya. Mengingat bahwa stereotip bukanlah merupakan sesuatu yang muncul secara alamiah, melainkan dipelajari, baik dari orang-orang dengan siapa interaksi sering dilakukan maupun dari pengalaman pribadi juga media massa. Stereotip berfungsi menggambarkan realitas antar kelompok, mendefinisikan kelompok dalam kontras dengan yang lain, membentuk *image* kelompok lain (dan kelompok sendiri) yang menerangkan, merasionalisasi, dan menjustifikasi hubungan antar kelompok dan perilaku orang pada masa lalu, sekarang, dan akan datang dalam hubungan itu. Melalui stereotip kita bertindak menurut apa yang kiranya sesuai terhadap kelompok lain. Stereotip dapat diwariskan dari generasi ke generasi melalui bahasa verbal tanpa pernah adanya kontak dengan tujuan/objek stereotip.

Konflik Pedagang Etnis Tionghoa-Madura

Dalam kemajemukannya, pedagang Pasar Pabean tetap dapat menjaga integrasi bangsa. Mereka tetap dapat bekerjasama di dalam kehidupan bermasyarakat sebagai bukti sebuah keharmonisan di antara mereka, walau mempunyai latar belakang kebudayaan yang berbeda. Ini menunjukkan bahwa perbedaan latar belakang kebudayaan membentuk pribadi-pribadi yang berbeda. Seseorang sedikit banyak akan terpengaruh dengan pola-pola pemikiran dan pendirian kelompoknya. Pemikiran dan pendirian yang berbeda itu pada akhirnya akan menghasilkan perbedaan individu yang dapat memicu konflik.

Tentu saja para pedagang melakukan interaksi terutama dalam hal berdagang, karena pasar tempat mereka melakukan proses transaksi. Dalam kondisi pasar yang terdiri dari beraneka ragam etnis ini tentu saja memungkinkan memicu adanya konflik. Persoalan ekonomi sebagai penyebab konflik antar etnik merupakan sesuatu yang tak terbantah, meskipun tentu tidak semua konflik antar etnik ditimbulkan karena persoalan ekonomi belaka. Faktor yang lain adalah dimana adanya kepentingan antar kelompok masyarakat dan faktor dominasi sosial, politik, dan agama (Mulyana, 2000:74).

Konflik-konflik yang terjadi di Pasar Pabean adalah beberapa contoh yang menunjukkan bahwa konflik itu rentan terjadi di antara perbedaan kebudayaan, serta adanya kesalahpaham dalam berkomunikasi. Sehingga bisa diartikan, konflik tentu saja bisa diselesaikan dan lebih baiknya

adalah dicegah sehingga tidak membuat dampak yang negatif. Sub bab berikutnya akan membahas bagaimana strategi dalam meminimalisir konflik.

Strategi Meminimalkan Potensi Konflik

Konflik akan terjadi jika ada kedua belah pihak yang tidak mencapai kesepakatan pada keputusan atau pandangan tertentu. Tidak semua konflik terbuka atau terlihat ada yang tertutup dan tidak terlihat serta konflik tidak selamanya negatif. Untuk itu konflik perlu dikelola dan diminimalisir sehingga bisa mengurangi ketidakpastian dan bisa meningkatkan penyesuaian hubungan-hubungan sosial (Harskamp, 2005:15).

Kunci dari komunikasi yang harmonis ini adalah komunikasi efektif. Komunikasi yang harmonis dapat dengan mudah kita capai bila komunikasi yang kita lakukan sudah efektif. Komunikasi efektif membantu untuk lebih memahami seseorang dan situasinya sehingga memungkinkan untuk menyelesaikan perbedaan, membangun kepercayaan dan rasa hormat, serta menciptakan lingkungan di mana kita bisa berpikir kreatif, memecahkan masalah, menumbuhkan kasih sayang dan meningkatkan kepedulian antar manusia.

Hubungan Harmonis dalam Kemajemukan

Komunikasi efektif membantu untuk lebih memahami seseorang dan situasinya. Sehingga memungkinkan kita untuk menyelesaikan perbedaan, membangun kepercayaan dan rasa hormat. Juga, menciptakan lingkungan di mana bisa berpikir kreatif, memecahkan masalah, menumbuhkan kasih sayang dan dan meningkatkan kepedulian antarmanusia.

Jika komunikasi sudah efektif, maka terciptalah hubungan harmonis diantara masyarakat majemuk. Tidak ada lagi hambatan-hambatan yang mengakibatkan hubungan tidak baik, bahkan interaksi dan komunikasi bisa berjalan dengan baik. Salah satu yang menjadi kunci komunikasi efektif adalah pedagan etnis Madura dan pedagang etnis Tionghoa memahami bahasa. Karena pengaruh bahasa yang begitu penting, bila bisa berkomunikasi dengan bahasa yang sering digunakan akan semakin memperlancar komunikasi. Bahkan jika kita menggunakan bahasa daerah tertentu kepada seseorang, maka seseorang itu merasa lebih dekat

sehingga akhirnya hubungan akan akrab. Ini juga membatasi agar bila dibicarakan atau mudah ditipu. Pasar Pabean yang mayoritas adalah etnis Madura membuat etis lain harus belajar. Sehingga dengan berjalannya waktu serta kebiasaan yang ada membuat para pedagang etnis lainnya itu menjadi bisa berbahasa Madura. Terutama pedagang etnis Tionghoa yang juga berusaha menyesuikan diri dengan lingkungan sekitar.

Pembahasan mengenai bagaimana pedagang etnis Madura dan pedagang etnis Tionghoa melakukan komunikasi antar budaya sudah dibahas. Mereka mengalami hambatan-hambatan komunikasi antarbudaya, timbul konflik dan semacamnya, hingga mereka bisa meredam konflik itu menggunakan strategi dan komunikasi yang efektif. Keberhasilan kedua etnis ini pada akhirnya menghasilkan sebuah kebudayaan baru, tentu saja kebudayaan baru inilah yang membuat keharmonisan tertular pada etnis lain. Karena kelompok mayoritas mempunyai *power* yang cukup berpengaruh pada kelompok minoritas.

Kesimpulan

Dari pemaparan temuan data di atas disimpulkan bahwa Pasar Pabean Surabaya adalah sebuah pasar yang multikultural yang sarat dengan orang-orang dari berbagi etnis khususnya didominasi oleh pedagan etnis Madura dan pedagang etnis Tionghoa. Sehingga ini menimbulkan munculnya perbedaan komunikasi verbal dan non verbal yang pada akhirnya mengalami suatu hambatan dalam komunikasi antarbudaya.

Hambatan-hambatan komunikasi antar budaya rentan menjadi konflik terutama stereotip dan *prejudice*. Fenomena yang terjadi di Pasar Pabean juga menyerupai fenomena gunung es, di permukaan terlihat harmonis dan tidak ada konflik. Namun ketika ditelisik lebih dalam maka ada beberapa konflik yang terjadi, namun konflik ini tidak sampai meledak.

Strategi Komunikasi antar budaya dalam meminimalkan potensi konflik di Pasar Pabean ternyata cukup efektif, sehingga konflik bisa diredam. Strategi ini berhasil didukung beberapa faktor seperti komunikasi efektif, pedagang etnis Madura dan pedagang etnis Tionghoa bisa memahami bahasa daerah satu sama lain serta juga memahami tradisi antar budaya.

Strategi meminimalkan potensi konflik bisa menggunakan beberapa

cara, salah satunya yang digunakan pedagang adalah dengan kompromi yaitu kedua belah pihak merasa bahwa kedua hal tersebut sama-sama penting dan hubungan baik menjadi yang utama. Masing-masing pihak akan mengorbankan sebagian kepentingannya untuk mendapatkan situasi menang-menang (*win-win solution*).

Strategi komunikasi antar budaya sangat penting terutama untuk meredam konflik yang sewaktu-waktu bisa meledak. Untuk menghindari perpecahan dan konflik anarkis timbul dan memakan korban. *Collaborate* adalah strategi paling sering digunakan untuk berdamai dan sama-sama untung di antara pedagang.

Daftar Pustaka

Andjarwati, Noorjanah. 2004. *Komunitas Tionghoa di Surabaya*. Semarang: Messias

Burhan, Bungin. 2007. *Penelitian Kualitatif*: *Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

DeVito, Joseph A. 1997. *Komunikasi Antarmanusia: Kuliah dasar (edisi kelima)*. Alih Bahasa: Agus Maulana. Jakarta: Professional Books.

Haley, Nolan dan Jaqueline, M. 1992. *Alternative Dispute Resolution*. West Publishing Company Saint Paul.

Liliweri, Alo. 2004. *Dasar-Dasar Komunikasi Antarbudaya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Komunikasi Pendidikan dalam Konsep Kearifan Lokal Masyarakat Samin

Rini Darmastuti

Pendahuluan

Mempelajari dan memahami keunikan yang dimiliki oleh suatu masyarakat adat yang ada di Indonesia merupakan suatu hal yang menarik. Salah satu masyarakat adat yang memiliki keunikan yang menarik tersebut adalah masyarakat Samin. Masyarakat Samin merupakan salah satu masyarakat adat yang ada di Indonesia, khususnya di Jawa Tengah.

Masyarakat Samin merupakan masyarakat adat yang terbentuk karena gerakan melawan penjajah Belanda. Pada tahun 1908, di bawah kepemimpinan Samin Surosentiko masyarakat desa yang ada di sekitar hutan jati yang ada di daerah Blora, Cepu, Bojonegoro, Ngawi dan Pati melakukan perlawanan terhadap pemerintah Belanda. Perlawanan ini bermula, ketika Samin Surosentiko melihat penderitaan rakyat akibat tekanan yang dilakukan oleh pemerintah Belanda. Rakyat berada dalam kondisi tertekan dan kekurangan. Hasil pertanian dan ternak yang dimiliki oleh rakyat dirampas oleh pemerintah Belanda. Melihat kondisi rakyat yang sangat tertekan ini, Samin Surosentiko turun tangan dan mengajak rakyat untuk melakukan perlawanan. Mengingat sumber daya manusia serta persenjataan yang mereka miliki sangat terbatas dan tidak seimbang dengan kekuatan Belanda, maka mereka menggunakan cara diam dan berpura-pura gila untuk melawan Belanda.

Sikap dan tindakan yang digunakan oleh masyarakat Samin ini membuat pemerintah Belanda sangat jengkel dan kerepotan. Orang-orang desa penganut ajaran Samin Surosentiko mulai mengubah cara hidup mereka dalam pergaulan sehari-hari di desanya. Mereka tidak mau lagi membayar pajak, tidak mau menyetor padi kelumbung desa, serta tidak mau mengandangkan sapi dan kerbau mereka di kandang

umum bersama-sama dengan orang desa lainnya yang bukan penganut ajaran Samin. Perubahan sikap inilah yang membuat jengkel pamong desa. Akibatnya, pamong desa tidak menyukai masyarakat Samin dan menjuluki mereka sebagai 'wong Samin', 'Wong Sikep' atau "Wong Dam" (orang yang menganut agama Adam) (Hutomo, 1996 : 18).

Perlawanan rakyat yang dipimpin oleh Samin Surosentiko bukan hanya ditunjukkan dalam sikap dan tindakan yang melawan Belanda. Masyarakat Samin juga tidak mau menyekolahkan anak-anaknya ke sekolah-sekolah formal yang diselenggarakan oleh pemerintah Belanda pada saat itu. Masyarakat Samin berpendapat bahwa ketika mereka bergabung dalam sekolah formal yang diselenggarakan oleh Belanda, maka mereka akan menjadi antek-antek Belanda. Ketika mereka ikut sekolah di sekolah Belanda, maka mereka akan dipengaruhi dan berada di bawah kendali Belanda. Berawal dari pemahaman inilah, maka masyarakat Samin tidak menyekolahkan anak-anaknya dalam sekolah-sekolah formal.

Dalam perkembangannya, ketika pemerintah penjajah Belanda sudah pergi dari negeri ini, sikap dan tindakan masyarakat Samin terhadap pendidikan formal tidak berubah. Masyarakat Samin yang tersebar di Blora, Cepu, Ngawi, Bojonegoro dan Pati tetap tidak mau menyekolahkan anak-anaknya ke sekolah-sekolah formal. Kecurigaan yang sangat tinggi terhadap pemerintah serta penolakan dari masyarakat non Samin, menjadi alasan kuat mengapa mereka tidak mau menyekolahkan anak-anaknya pada sekolah formal. '*Yen wis pinter lak yo mengko kanggo minteri wong*' (Kalau sudah pintar nanti pasti digunakan untuk membodohi orang). Demikian alasan yang digunakan mengapa mereka tidak tidak menyekolahkan anak-anaknya sekolah di sekolah formal (Darmastuti, 2010 : 205).

Selain alasan di atas, sebagai masyarakat yang ditolak oleh masyarakat yang ada di sekitarnya, masyarakat Samin menjadi masyarakat yang sangat tertutup. Pada awal-awal kemerdekaan, penolakan dari pemerintah dan dari masyarakat non Samin membuat masyarakat Samin menarik diri dari pergaulan dengan masyarakat lainnya. Masyarakat Samin menjadi masyarakat yang sangat eksklusif dan menutup diri. Kondisi ini membuat masyarakat Samin menjadi sangat resisten terhadap pengaruh dari luar. Akibatnya, masyarakat Samin sangat berhati-hati terhadap informasi dan pengaruh-pengaruh dari luar, termasuk dalam hal pendidikan. Pandangan ini menjadi salah satu alasan mengapa masyarakat Samin tidak mengijinkan anak-anaknya ikut sekolah pada sekolah-sekolah formal yang diselenggarakan oleh

pemerintah.

Sekalipun masyarakat Samin tidak mengijinkan anak-anaknya ikut dalam proses pembelajaran di sekolah-sekolah formal, tetapi bukan berarti tidak ada proses pembelajaran dalam kehidupan masyarakat Samin. Masyarakat Samin mempunyai kesadaran yang sangat tinggi terhadap pentingnya pendidikan. Oleh karena itu, masyarakat Samin tetap mengadakan dan menyelenggarakan proses pendidikan di lingkungan mereka. Hanya saja, proses pendidikan yang dilakukan oleh masyarakat Samin sangat berbeda dengan proses pendidikan yang diselenggarakan oleh pemerintah dan dilakukan oleh masyarakat. Selama ini konsep pendidikan dimaknai dengan proses pembelajaran melalui transfer pengetahuan dari guru kepada murid secara formal yang dilakukan di ruang kelas dan disertai dengan fasilitas yang lengkap. Pendidikan merupakan proses pembelajaran yang terstruktur dengan menggunakan kurikulum yang baku.

Konsep pendidikan dan proses pendidikan yang dilakukan oleh masyarakat Samin sangat berbeda dengan konsep pendidikan dan proses pendidikan yang diselenggarakan oleh pemerintah dan dilakukan oleh masyarakat. '*Transfer on knowledge*' dalam proses pembelajaran di lingkungan masyarakat Samin tidak dilakukan oleh guru. Proses pembelajaran tidak dilakukan di dalam kelas dengan kurikulum yang baku dan fasilitas yang lengkap. Dalam proses pembelajaran ini, justru komunikasi yang memegang peranan yang sangat besar. Komunikasi yang dilakukan dengan berdasarkan pada kearifan lokal yang mereka miliki, menjadi dasar dalam setiap proses pembelajaran. Di sinilah letak keunikan pendidikan dan proses pembelajaran yang dilakukan oleh masyarakat Samin.

Tulisan ini akan membahas komunikasi pendidikan dalam konsep kearifan lokal masyarakat Samin. Tulisan ini didasarkan pada hasil penelitian yang melihat komunikasi pendidikan yang dilakukan di lingkungan masyarakat Samin yang ada di Sukolilo, Pati Jawa Tengah.

Tinjauan Pustaka

Pendidikan

Pendidikan merupakan bagian penting dari kehidupan manusia yang tidak pernah bisa ditinggalkan. Sebagai sebuah proses, ada dua asumsi yang berbeda mengenai pendidikan dalam kehidupan manusia. *Pertama*, ia bisa dianggap sebagai sebuah proses yang terjadi secara tidak

sengaja atau berjalan secara alamiah. Dalam hal ini pendidikan bukanlah proses yang diorganisasikan secara teratur, terencana dan menggunakan metode-metode yang dipelajari serta berdasarkan aturan-aturan yang telah disepakati mekanisme penyelenggaraannya oleh suatu komunitas masyarakat (negara). Pada tataran ini pendidikan lebih merupakan bagian dari kehidupan yang memang telah berjalan sejak manusia itu ada. Pengertian ini merujuk pada fakta bahwa pada dasarnya manusia secara alamiah merupakan makhluk yang belajar dari peristiwa alam dan gejala-gejala kehidupan yang ada untuk mengembangkan kehidupannya. *Kedua*, Pendidikan dianggap sebagai proses yang terjadi secara sengaja, direncanakan, didesain dan diorganisasi berdasarkan aturan yangberlaku, terutama perundang-undangan yangdibuat atas dasar kesepakatan masyarakat. Misalnya dengan menggunakan UU Sistem Pendidikan Nasional (Sisdiknas) yang merupakan dasar penyelenggaraan pendidikan (Mu'in, 2011 : 287-288).

Dalam pengertian yang sederhana dan umum, makna pendidikan merupakan usaha manusia untuk menumbuhkan dan mengembangkan potensi-potensi pembawaan, baik jasmani maupun rohani sesuai dengan nilai-nilai yang ada dalam masyarakat dan kebudayaan (Djumransjah, 2006 : 22). Pendidikan sebagai sebuah kegiatan dan proses aktivitas yang disengaja ini merupakan gejala masyarakat ketika sudah mulai disadari pentingnya upaya untuk membentuk, mengarahkan dan mengatur manusia sebagaimana dicita-citakan masyarakat, terutama cita-cita orang-orang yang mendapatkan kekuasaan.

Cara mengatur manusia dalam pendidikan ini tentunya berkaitan dengan bagaimana masyarakat akan diatur. Artinya, tujuan dan pengorganisasian pendidikan mengikuti arah perkembangan sosio-ekonomi yang berjalan. Maka tujuan-tujuan pendidikan harus didefinisikan berdasarkan ideal-ideal yang dominan dalam percaturan sosio-ekonomi tersebut. Jadi ada aspek material yang menjelaskan bagaimana arah pendidikan didesain berdasarkan siapa yang paling berkuasa dalam masyarakat tersebut (Mu-in, 2011 : 289).

Menurut Plato (428-347 SM), "Jika anda bertanya apa manfaat pendidikan, maka jawabannya sederhana 'pendidikan membuat orang menjadi lebih baik dan orang baik tentu berperilaku mulia" (dalam Mu'in 2011 : 21). Pada tataran ini, terjadi yang namanya belajar dan proses pembelajaran. Belajar dapat didefinisikan sebagai suatu proses dimana

suatu organisasi berubah perilakunya sebagai akibat pengalaman. Belajar menyangkut perubahan dalam suatu organism. Hal ini berarti bahwa belajar membutuhkan waktu. Untuk mengukur belajar, kita bisa membandingkan cara organisme itu berperilaku pada waktu 1 dengan cara organism itu berperilaku pada waktu 2 dalam suasana yang serupa. Bila perilaku dalam suasana serupa itu berbeda untuk waktu itu, kita dapat mengambil kesimpulan bahwa telah terjadi belajar. Belajar dihasilkan dari pengalaman dengan lingkungan yang di dalamnya terjadi hubungan-hubungan antara stimulus-stimulus dan respons (Dahar, 2011 : 2-3).

Manusia yang belajar adalah manusia yang berproses menjadi (*to be* atau *being*) dirinya sendiri, mengaktualisasi segenap potensi dengan mana ia diciptakan, menjadi otentik dalam arti unik dan tidak terbandingkan dengan yang apa pun atau siapa pun yang 'bukan' dirinya. Ia adalah human being (manusia) yang berproses atau belajar untuk being human (memanusiakan dirinya) (Harefa, 2000 : 22).

Pembelajaran merupakan perubahan yang bertahan lama dalam perilaku atau dalam kapasitas perilaku dengan cara tertentu yang dihasilkan dari praktek atau bentuk-bentuk pengalaman mainnya. Dari pengertian ini, ada tiga kriteria dalam pembelajaran, *pertama*, pembelajaran melibatkan perubahan dalam perilaku atau dalam kapasitas perilaku. Orang dikatakan belajar ketika mereka menjadi mampu melakukan suatu hal dengan cara yang berbeda. *Kedua*, pembelajaran bertahan lama seiring dengan waktu. Ini berarti perubahan-perubahan perilaku yang bersifat sementara tidak termasuk di dalamnya. *Ketiga*, pembelajaran terjadi melalui pengalaman. Kriteria ini tidak mencakup perubahan-perubahan perilaku yang terutama terbentuk karena faktor keturunan seperti perubahan-perubahan kematangan pada anak-anak (Schunk, 2012 : 6)

Yang menjadi akar permasalahan dalam sistem pendidikan di negeri ini adalah karena sekolah dan universitas telah dipisahkan dari soal-soal kehidupan nyata sehari-hari. Ia telah berubah menjadi semacam 'sekolah militer', ajang indoktrinasi dan 'kaderisasi' manusia-manusia muda yang harus belajar untuk 'patuh' sepenuhnya kepada 'sang komandan' (termasuk guru, dosen lalu atasan atau manajer di perusahaan, juga para menteri dan birokrat lainnya sampai yang mulia presiden). Tak ada ruang yang cukup untuk bereksperimentasi, mengembangkan kreativitas

dan belajar mengugat kemapanan status quo yang membelenggu dan menjajah jiwa anak-anak muda. (Harefa, 2000 : xxvii).

Harefa menyebut bahwa pola pembelajaran kita selama ini mengikuti antagonism pendidikan 'gaya bank' dimana guru mengajar, murid belajar; guru berpikir, murid dipikirkan; guru berbicara, murid mendengarkan dan guru adalah subyek dalam proses belajar sedangkan murid adalah objeknya.

Ivan Illich dalam bukunya *Deshoolong Society* (Masyarakat tanpa Sekolah) menolak sekolah formal yang menurutnya memasung kebebasan dan perkembangan manusia. Sekolah dianggapnya sama sekali tidak memadai bagi perkembangan anak-anak dan kaum muda (Ivan Illich dalam Mu'in, 2011 : 22).

Undang-Undang Republik Indonesia nomor 20 tahun 2003, pada bagian keenam menjelaskan tentang pendidikan informal. Pada bagian ini terdiri dari Pasal 27 (1) Kegiatan pendidikan informal yang dilakukan oleh keluarga dan lingkungan berbentuk kegiatan belajar secara mandiri. (2) Hasil pendidikan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diakui sama dengan pendidikan formal dan nonformal setelah peserta didik lulus ujian sesuai dengan standar nasional pendidikan. (3) Ketentuan mengenai pengakuan hasil pendidikan informal sebagaimana dimaksud pada ayat (2) diatur lebih lanjut dengan peraturan pemerintah.

Komunikasi Pendidikan

Komunikasi merupakan satu hal yang sangat urgen dalam kehidupan setiap manusia. Tidak ada satu orangpun yang dapat '*survive*' dalam hidupnya tanpa berkomunikasi. Sebagai '*homo sosios*' manusia adalah makhluk sosial yang selalu membutuhkan kehadiran orang lain. Akibatnya, komunikasi menjadi '*basic social* process' dalam kehidupan setiap manusia. Melalui komunikasi seorang manusia dapat belajar tentang segala ilmu pengetahuan dan berinteraksi dengan manusia lainnya. Melalui komunikasi seorang manusia dapat memahami cara pandang dunia serta cara pandang komunitasnya terhadap dunia ini. Melalui komunikasi itu pula seorang manusia dapat memahami bagaimana konsep dirinya.

Komunikasi adalah proses sosial di mana individu-individu menggunakan simbol-simbol untuk menciptakan dan menginterpretasikan makna dalam lingkungan mereka (West, 2011 : 5). Komunikasi selalu

mengacu pada tindakan oleh satu orang atau lebih, yang mengirimkan dan menerima pesan yang terdistorsi oleh gangguan (*noise*). Komunikasi terjadi dalam konteks tertentu, mempunyai pengaruh tertentu dan ada kesempatan untuk melakukan umpan balik (DeVito, 2011 : 24).

Komunikasi merupakan suatu transaksi. Dalam transaksi ini, komunikasi merupakan suatu proses dimana komponen-komponennya saling terkait dan bahwa para komunikatornya beraksi dan berinteraksi sebagai suatu kesatuan dan keseluruhan (Barlund, 1970; Watzlawick, 1977; 1978; Watzlawick dkk, 1967; Wilmot, 1987 dalam DeVito, 2011 : 47).

Komunikasi mempunyai peranan yang sangat besar dalam kehidupan kita. Peranan yang dijalankan berdasarkan fungsi dari komunikasi itu sendiri. William I Gorden mengatakan ada empat fungsi dari komunikasi. Keempat fungsi tersebut adalah fungsi komunikasi sosial, komunikasi ekspresif, komunikasi ritual dan komunikasi intrumental. Dalam fungsi yang keempat ini, sebagai fungsi komunikasi instrumental, komunikasi mempunyai beberapa tujuan umum yaitu untuk menginformasikan, untuk mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan dan juga menghibur. Komunikasi berfungsi sebagai instrumen untuk mencapai tujuan-tujuan pribadi dan pekerjaan, baik tujuan jangka-pendek ataupun tujuan jangka-panjang (Mulyana, 2014 : 33).

Dalam fungsi intrumental ini, salah satu fungsi komunikasi adalah untuk mengajar. Komunikasi mempunyai peran dan fungsi yang sangat besar dalam pendidikan. Komunikasi pendidikan adalah komunikasi yang terjadi dalam dunia pendidikan. Komunikasi dalam pendidikan merupakan unsur yang sangat penting kedudukannya dan mempunyai peranan yang sangat besar dalam menentukan keberhasilan pendidikan yang bersangkutan. Banyak pendapat yang mengatakan bahwa tinggi rendahnya suatu capaian mutu pendidikan sangat dipengaruhi oleh faktor komunikasi, khususnya komunikasi pendidikan (Yusup, 1990 : 11-13).

Komunikasi dalam bidang pendidikan bisa dilakukan dalam semua level komunikasi. Berdasarkan pada levelnya, level komunikasi terdiri dari komunikasi intrapribadi, komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi, komunikasi publik dan komunikasi massa. Dalam komunikasi pendidikan, level komunikasi yang paling sering digunakan adalah komunikasi antarpribadi. Berdasarkan pada komponennya, komunikasi antarpribadi merupakan proses penyampaian pesan oleh satu orang dan penerimaan pesan oleh orang lain atau

sekelompok orang dengan berbagai dampaknya dan dengan peluang untuk memberikan umpan balik segera (DeVito, 2011 : 252). Berdasarkan pendekatan pengembangan (*developmental*), komunikasi antarpribadi ditandai oleh dan dibedakan dari komunikasi tak-pribadi (impersonal) berdasarkan sedikitnya tiga faktor, yaitu prediksi berdasarkan data psikologi, pengetahuan yang menjelaskan (*explanatory knowledge*) dan aturan yang ditetapkan secara pribadi. Dalam interaksi antarpribadi, kita bereaksi terhadap orang lain berdasarkan pada data psikologis. Pada tataran ini, kita melakukan interaksi antarpribadi dengan mendasarkan komunikasi kita pada pengetahuan yang menjelaskan tentang masing-masing dari kita. Dalam hal ini, aturan menjadi satu hal yang sangat penting. Mengingat setiap masyarakat akan menetapkan aturan-aturan interaksi dalam situasi tak pribadi (DeVito, 2011 : 253).

Interaksionisme Simbolik

Interaksionisme Simbolik dihadirkan pertama kalinya oleh Herbert Blumer (1937) yang dirancang untuk mengartikulasikan dan memajukan psikologi sosial prakmatis-nya George Herbert Mead. Blumer meringkas pendapat Mead tersebut dalam tiga proposisi dasar, yaitu *pertama*, persepsi seorang aktor tentang dan orientasi terhadap suatu objek adalah suatu fungsi dari makna yang diberikan aktor kepada subyek tersebut; *kedua*, makna yang diberikan seorang aktor terhadap suatu objek adalah suatu fungsi dari proses-proses interaksi di mana aktor yang bersangkutan terlibat; *ketiga*, makna yang diberikan kepada suatu objek oleh seorang aktor cenderung berubah sepanjang waktu mengikuti perubahan-perubahan yang terjadi pada interaksi-interaksi yang dilakukan oleh si aktor (Turner, 2012 : 326).

Interaksionisme Simbolik merupakan teori yang dicanangkan sebagai studi perilaku individu atau kelompok kecil masyarakat melalui serangkaian observasi dan deskripsi. Menurut Interaksionisme Simbolik, konsep '*self*' pada diri manusia sangat berbeda dengan binatang. Manusia tidak hanya merespons secara pasif rangsangan dilingkungannya, namun secara aktif menciptakan dunia sosialnya. Kehidupan sehari-hari terdiri atas 'tindakan-tindakan sosial' yang dipertunjukkan individu sebagaimana mereka mengartikan dan menghubungkan makna simbolik pada 'objek sosial' di sekitarnya yang meliputi orang lain. Kemampuan manusia untuk melihat dirinya sebagai objek memunculkan suatu sikap

dan perasaan terhadap dirinya sendiri untuk membentuk tanggapan terhadap perasaan dan sikap tersebut. Di sisi yang lain, sikap dan perasaan manusia muncul dari interaksinya dengan orang lain, sehingga secara kuantitas jumlah *'self'* yang dimiliki manusia sama banyaknya dengan jumlah lingkungan di mana ia berada. Inilah yang dikatakan sebagai *'self-consciousness; is an emergent from the social process. It comes from taking on the attitude of others towards oneself'* (Umiarso, 2014 : 3-4).

Beberapa tokoh Interaksionisme Simbolik (Blumer, 1969a; Manis dan Meltzer, 1978; Rose, 1962; Snow, 2001) mencoba memetakan prinsip-prinsip dasar dari teori Interaksionisme Simbolik. Beberapa prinsip dasar tersebut adalah:

1. Tidak seperti binatang, manusia dibekali kemampuan untuk berpikir.
2. Kemampuan berpikir dibentuk oleh interaksi sosial.
3. Dalam interaksi sosial, manusia mempelajari arti dan simbol yang memungkinkan mereka menggunakan kemampuan berpikir yang khusus itu.
4. Makna dan simbol memungkinkan manusia melanjutkan tindakan khusus dan berinteraksi.
5. Manusia mampu mengubah arti dan simbol yang mereka gunakan dalam tindakan dan interaksi berdasarkan penafsiran mereka terhadap situasi.
6. Manusia mampu membuat kebijakan modifikasi dan perubahan, sebagian karena kemampuan mereka berinteraksi dengan diri mereka sendiri, yang memungkinkan mereka menguji serangkaian peluang tindakan, menilai keuntungan dan kerugian relative mereka dan kemudian memilih satu di antara serangkaian peluang tindakan itu.
7. Pola tindakan dan interaksi yang saling berkaitan akan membentuk kelompok dan masyarakat (Ritzer, 2007 : 289).

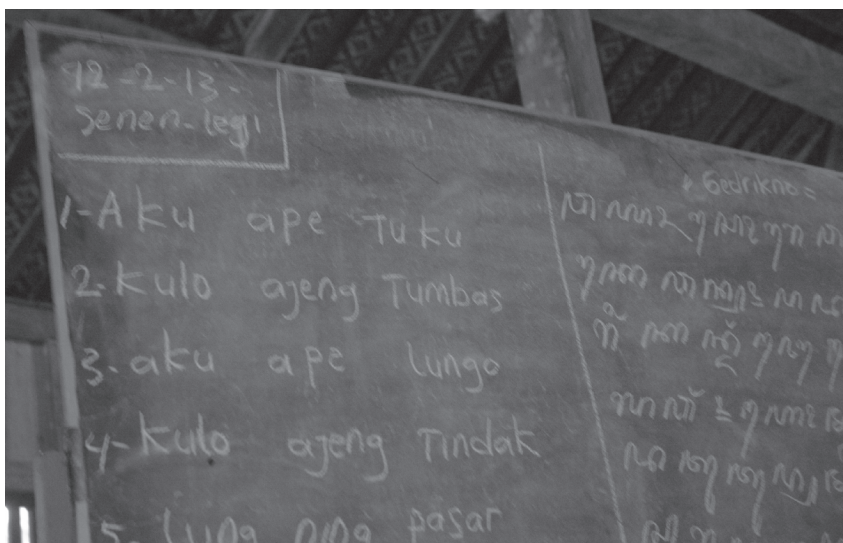
Hasil

Tulisan pada makalah ini didasarkan pada hasil penelitian yang dilakukan di lingkungan masyarakat Samin pada bulan Januari-Juni 2015. Dari hasil penelitian ini, ada beberapa hal yang diperoleh terkait dengan komunikasi pendidikan yang terjadi di lingkungan masyarakat Samin.

Konsep tentang pendidikan

Sekolah dalam pemahaman masyarakat Samin bukanlah sekolah formal seperti yang dipahami oleh masyarakat pada umumnya. Mbah Badi, salah satu sesepuh masyarakat Samin yang ada di Mbombong dalam wawancara mendalam pada tanggal 4 Februari 2015 mengatakan,

> *"Sekolah dulur kene kuwi yo sekolah macul. Sekolah kuwi yo sekolah soko pak-ane lan mbok-ane. Aku yo sering ngandani putu-putuku 'ojo dahwen, panasten, kemeren."*
>
> (Sekolahnya saudara di sini itu ya sekolah mencangkul. Sekolah itu ya sekolah dari bapak dan ibunya. Saya juga sering memberikan nasihat ke cucu-cucu saya, supaya jangan iri hati, jangan berbuat jahat dan jangan mengingini milik orang lain).

Perkembangan jaman serta perkembangan teknologi informasi tidak membuat masyarakat Samin terpengaruh dan kemudian menyekolahkan anak-anak mereka ke sekolah formal. Hal ini seperti yang dikatakan oleh Mbah Ndoyo, salah satu sesepuh masyarakat Samin yang ada di Mbombong, "*Turunku ora ono sing sekolah nulis. Ora sekolah, mung niti supaya Jawa asli.*" (Keturunanku tidak ada yang sekolah formal. Tidak sekolah, supaya tetap menjadi orang Jawa yang asli). Dalam wawancara mendalam pada tanggal 4 Februari 2015 itu mbah Ndoyo mengatakan,

Gambar 1. Materi pembelajaran masyarakat Samin lebih menekankan pada falsafah hidup dan budaya

> *"Sekolahe dulur sikep ki mung mligi 'Dahwen, kemeren, drengki, Srei, nyio sepodo'. Sekolah ki dibuktekke dewe-dewe. Apa-apa ne di teliti, trus ditunjukna neng rasa. Yen nyiwit loro, ya ojo nyiwit. Sing diangen-angen dulur Sikep ki jujur lan adil. Jujur lakune, adil ucapane (ngandakno sing ana wujude)".*
>
> (Sekolahnya orang Samin itu ya hanya semata-mata jangan iri hati, jangan berbuat jahat pada orang lain, jangan menyakiti orang lain dan jangan menyia-nyiakan orang lain. Sekolah itu dibuktikan sendiri-sendiri. Apa-apa yang diamati, kemudian ditunjukkan dengan perasaan. Kalau mencubit orang lain itu sakit, ya jangan mencubit. Yang menjadi cita-cita orang Samin itu adalah berbuat jujur dan adil. Jujur tingkah lakunya, adil ucapannya. Selalu mengatakan apa yang ada wujudnya).

Masyarakat Samin mempunyai pandangan yang berbeda dengan orang lain terkait dengan pendidikan. Pandangan hidup masyarakat Samin tentang pendidikan ini membawa pengaruh pada cara pembelajaran yang diberikan kepada anak-anaknya. Dalam wawancara mendalam yang dilakukan pada tanggal 6 Februari 2015, mbak Gunarti mengatakan,

> *"Guru saktemene ki rak yo wong tuwo. Wong tuwo kuwi kan sangu sing utama. Dulur sikep kuwi ben dino sekolah karo wong tuwane. Tujuane yo mbecikno laku, mbenerke ucap".*
>
> (Guru yang sebenarnya itu kan orang tua. Orang tua itu kan bekal yang utama. Orang Samin itu setiap hari sekolah sama orang tuanya. Tujuannya adalah membuat tingkah laku yang baik dan membenarkan ucapan).

Sekalipun masyarakat Samin tidak menyekolahkan anak-anaknya dalam sekolah formal, tetapi masyarakat Samin mempunyai kesadaran yang sangat tinggi tentang pentingnya pendidikan. Mbak Gunarti dalam wawancara mendalam pada tanggal 3 Juni 2015 mengatakan,

> *"Kudune, mulane pentinge gelem sinau. Sinau yo sinau ora mung ning hukum tok, ning ning opo wae, ketika gelem kumpul, gelem sinau kan, ngerti, ngerti langsung ngono lho. Malah wingi aku ngerti seko kompas TV, ning kene rong dino, aku bengi diwawancarai sampek telung jam ning omah kendheng. Wonge sampek, 'aku ki sampek nggumun lho mbak, sing ngracuni njenegan niku sopo?' maksute piye mbak? njenengan ki kok, yo ngandakna mbuh kuwi ki sopo, kuwi ki sopo. Nah aku kan yo ora mrasa, maksute aku yo mung ngandakna*

nek ditakoni yo jawab, ngandakna opo sing tak ngerteni, ngandakna opo sing tak takoni, ning yo mbok menawa ono sing merga sinau mau mbak. Tlaten-tlatenan, seko tlaten ki yo mesthi iso".

(Harusnya, penting sekali belajar itu. Belajar ya bukan hanya belajar hukum saja, tapi ya belajar apa saja. Ketika mau berkumpul, mau belajar kan jadi paham. Paham yang seperti itu. Malah kemarin saya baru tahu dari Kompas TV, mereka di sini dua hari. Malam hari saya diwawancarai sampai tiga jam di Omah Kendeng. Orangnya sampai bilang 'saya itu sampai heran mbak, sebetulnya siapa to yang meracuni anda?' Maksudnya bagaimana mbak? Saya ganti bertanya. Kemudian dia bilang, 'mbak Gun itu lho kok bisa berbicara panjang lebar seperti itu dari siapa? Nah, saya kan juga merasa, maksudnya saya itu kan hanya mengatakan apa yang ditanyakan ke saya, ya saya jawab. Saya hanya mengatakan apa yang saya tahu. Mengatakan apa yang ditanyakan. Tapi ya mungkin ada yang dari belajar mbak. Dari mengamati, dari mengamati itu kan bisa membuat kita memahami dan bisa).

Masyarakat Samin melihat bahwa pendidikan itu menjadi bagian yang sangat penting dalam kehidupan mereka. Bagi masyarakat Samin, pendidikan adalah belajar dalam semua hal. Belajar itu dimulai dari hidup dan setiap orang harus rajin untuk mengamati ('*tlaten-tlaten*'). Konsep tentang pendidikan ini sangat berbeda dengan masyarakat non Samin yang melihat pendidikan dalam konsep formal. Sekalipun secara formal

Gambar 2. Proses pembelajaran yang tidak formal

masyarakat Samin tidak sekolah, tapi pada kenyataannya masyarakat Samin tetap melakukan proses pembelajaran. Mas Alim, salah satu anggota masyarakat Samin yang tinggal di Nggawen mengatakan,

> *"Yo sekolah ki yo sekolah, ning sekolahe koyo ning formal ora. Sing ngajar sopo? Pak'e mbek buk'e. Lha ning ndi? Yo ning mondokane dewe. Lha kula lak nggih, anak kok mbok ning omah dewe ki mbok ijasahi opo? Kula nggih nate dingotenke"*.
>
> (Ya kalau sekolah itu ya sekolah, tapi bukan sekolah yang formal. Siapa yang mengajar? Ya bapak dan ibunya sendiri. Dimana? Ya di rumahnya sendiri. Kemudian ada yang tanya, kok anak sekolah diajari sendiri itu terus nanti ijasahnya apa dibuatkan sendiri? Saya pernah dikomentari seperti itu).

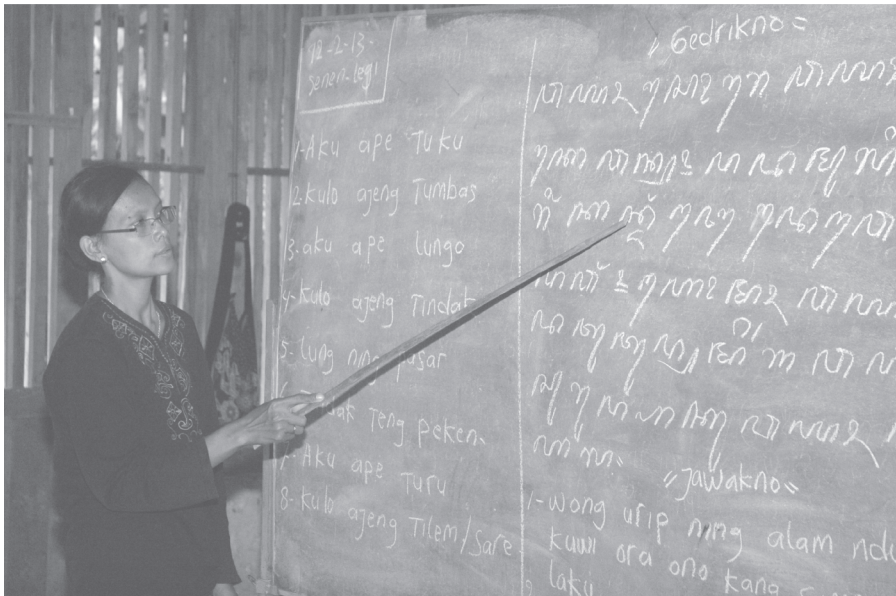
Gambar 3. Belajar mulai dari semua hal yang terjadi dalam kehidupan

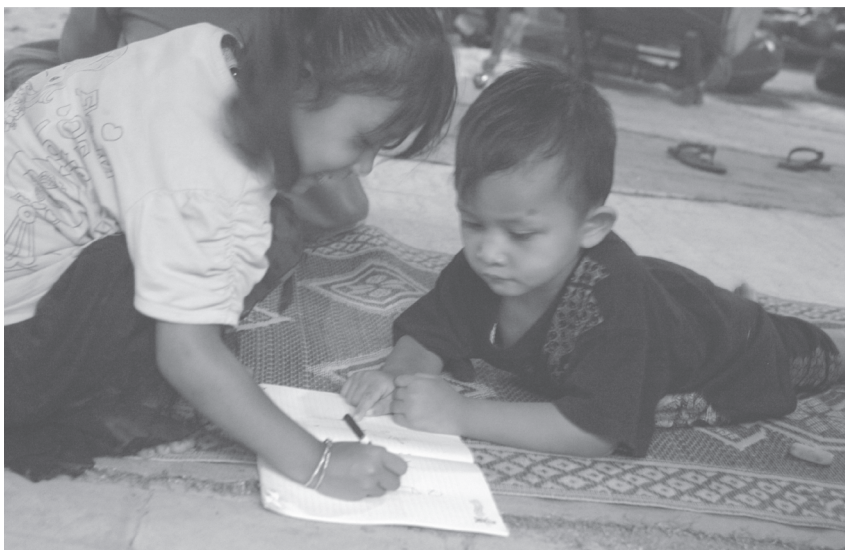
Proses Pembelajaran

Proses pembelajaran yang dilakukan oleh orang Samin tidak dilakukan dibangku-bangku sekolah formal seperti yang dilakukan oleh masyarakat pada umumnya. Proses pembelajaran dilakukan di rumah dan di setiap tempat ketika masyarakat Samin melakukan kegiatan. Lik Purhadi, salah satu anggota masyarakat Samin yang tinggal di Kalioso dalam wawancara mendalam pada tanggal 11 Februari 2015 mengatakan, *"Mituturi ki yo neng omah. Mituturi anak-e kuwi jurusane bab pertanian. Ora kaya wong liyane"*. (Memberi nasihat dan mendidik anak itu ya di rumah. Mendidik anak itu ya terkait dengan masalah pertanian. Tidak seperti orang lainnya).

Waktu yang digunakan untuk melakukan proses pembelajaran juga tidak ditentukan seperti sekolah pada umumnya dari jam 07.00-13.30. Bagi masyarakat Samin, waktu yang digunakan untuk belajar sangat fleksibel. Mbak Siti dalam wawancara mendalam pada tanggal 16 Februari 2015 mengatakan, *"Nek ngoten niku nggih mboten saget dimestekke. Kadang nggih jam 1 mpun saget kumpul, kadang nganti jam 2, nggih sak kobere"*. (Kalau seperti itu ya tidak bisa dipastikan. Kadang ya jam 1 semua sudah berkumpul, kadang ya jam 2. Ya sesempatnya).

Cara yang digunakan oleh masyarakat Samin ketika mendidik anak-anaknya dilakukan secara pelan-pelan dan bertahap. Ada tahapan-tahapan yang dilakukan ketika mereka mendidik anak-anaknya. Mas Alim mengatakan,

> *"Yo jenenge wong bakale dadi tukang didik yo mbak yo, wong tuwa yo kudune yo ono. Yo siji diterapna opo kowe dididik, dipenging niku nek cah cilik kan mung diruhi ojo nakal. Dadi ojo nakal rukun karo dulure, dadi ojo dengki srei niku, dahwen panesten. Dadi nek sementara niki sing kula genahi nggih niku ting bocahe kula. Dadi nek bocah cilik niku nek diiseni kathah-kathah niku nggih mboten mlebu, dadi nggih sithik-sithik ngoten niku. Dadi yen ape turu nggih kula ceritake, cerita-ceritane nggih supaya rukun karo balane"*.

Gambar 4. Salah satu proses 'sinau nulis'di lingkungan masyarakat Samin

(Ya kan namanya orang yang nantinya akan mendidik, orang tua ya seharusnya seperti itu. Yang pertama, ya diterapkan apa yang sudah diajarkan. Nasihat itu kalau untuk anak kecil kan jangan nakal. Jadi jangan nakal, yang rukun sama saudaranya, jadi jangan iri hari, jangan berbuat jahat. Jadi kalau sementara ini kalau saya ya mendidik anak saya sendiri. Jadi kalau anak kecil itu diisi terlalu banyak, nanti malah tidak masuk. Jadi ya sedikit-sedikit dulu saja. Jadi kalau mau tidur itu saya bercerita, cerita-cerita yang isinya nasihat supaya hidup rukun dengan saudara-saudaranya).

Gambar 5. Proses pembelajaran dalam komunikasi antar personal

Dalam wawancara mendalam yang dilakukan pada tanggal 3 Juni 2015 ini Kang Alim menceritakan bahwa proses pendidikan dilakukan dengan cara yang santai, bahkan diberikan pada saat anak-anak ini akan tidur. Dalam proses pembelajaran ini, orang tua mempunyai peranan yang sangat penting, karena orang tua merupakan salah satu sumber pembelajaran. Mas Alim dalam wawancara mendalam pada tanggal 3 Juni mengatakan,

"Nggih, kudu sabar. Nggih wong tua ki nek saged ojo ngasi entek kesabaran terus yo ojo wegahan nek mbek bocah. Nek dijarna ki ameh dadi opo, ngoten niku".

(Ya harus sabar. Ya sebagai orang tua itu kalau bisa ya harus sampai habis kesabarannya, kemudian jangan sampai malas kalau dengan anak. Kalau anak dibiarkan saja, terus anak nanti akan jadi apa? Ya begitulah)

Dalam wawancara ini, Mbah Renggono juga menjelaskan hal yang tidak jauh berbeda, *"Dulur-dulur kene ki ora do sekolah. Sekolahe ki yo do sekolahi pak-e mbok-e. Sekolah ki yo sekolah macul, sekolah masak. Yen sekolah tulis yo mbak Gun kuwi sing ngajari"* (Orang Samin yang ada di sini tidak sekolah. Sekolahnya itu ya diajar oleh orang tuanya sendiri. Yang dimaksud sekolah itu ya sekolah mencangkul, sekolah masak. Kalau sekolah menulis dan berhitung, ya mbak Gunarti yang mengajar).

Sumber pembelajaran bagi masyarakat Samin yang pertama adalah dari orang tua, yang kedua dari mentor (dalam hal ini mbak Gunarti) dan yang ketiga berasal dari 'membaca'. Hanya saja membaca dalam konsep masyarakat Samin tidak selalu membaca tulisan, tetapi lebih pada membaca *'kahanan'* (keadaan). Hal ini seperti yang disampaikan oleh mas Ragil Kuswanto, salah satu masyarakat non Samin yang tinggal di Sukolilo, "*sepanjang pengetahuan saya mbak gunarti sendiri juga suka membaca, tidak hanya membaca tulisan tapi juga membaca keadaan*". Dalam wawancara mendalam yang dilakukan pada tanggal 26 Juni 2015di rumah mas Ragil Kusmanto di Pati, mas Ragil menjelaskan bahwa sumber belajar bagi masyarakat Samin adalah dari membaca tulisan dan membaca keadaan.

Pembahasan

Konsep pendidikan dalam kehidupan masyarakat Samin sangat berbeda dengan konsep pendidikan yang selama ini mengikuti pola linear yang mengikuti antagonism pendidikan 'gaya bank' dimana guru mengajar, murid belajar; guru berpikir, murid dipikirkan; guru berbicara, murid mendengarkan dan guru adalah subyek dalam proses belajar sedangkan murid adalah objeknya (Harefa, 2000 : 5). Yang menjadi penekanan dalam proses pendidikan di lingkungan masyarakat Samin adalah mendidik anak-anak untuk taat mengikuti ajaran dan falsafah hidup yang diyakini masyarakat Samin. Menulis dan berhitung hanyalah sebagai sarana untuk menjadi manusia yang sempurna.

Apabila dipahami dari pengertiannya, secara sederhana dan umum makna pendidikan merupakan usaha manusia untuk menumbuhkan dan mengembangkan potensi-potensi pembawaan, baik jasmani maupun rohani sesuai dengan nilai-nilai yang ada dalam masyarakat dan kebudayaan (Djumransjah, 2006 : 22). Dalam kehidupan masyarakat Samin, pendidikan bukan hanya dimaknai dalam sudut pandang yang sederhana dan umum ini. Pendidikan dalam konsep masyarakat Samin

lebih dimakna pada maanfaat pendidikan itu sendiri yang menjadikan setiap orang menjadi lebih baik dan menjadi semakin berkenan dihadapan sang pencipta. Kesempurnaan hidup menjadi tujuan utama dari setiap proses pendidikan yang dilakukan oleh masyarakat Samin. "*Mbenerke pitutur, mbecikke lelakon*" (membenarkan ucapan dan memperbaiki kelakuan), merupakan dua tujuan utama yang ingin dicapai dari proses pendidikan yang dilakukan oleh masyarakat Samin. Apa yang menjadi tujuan masyarakat Samin dalam bidang pendidikan ini, seperti yang diungkapkan oleh Plato (428-347 SM), "Jika anda bertanya apa manfaat pendidikan, maka jawabannya sederhana 'pendidikan membuat orang menjadi lebih baik dan orang baik tentu berperilaku mulia" (dalam Mu'in 2011 : 21).

Pendidikan yang terjadi di lingkungan masyarakat Samin bukan belajar di ruang kelas yang dilakukan secara terstruktur dengan materi yang sangat kaku. Konsep pendidikan bagi masyarakat Samin lebih dipahami sebagai '*sinau tentang urip*'(belajar tentang kehidupan), yaitu belajar tentang segala hal yang terjadi dalam kehidupan mereka. Belajar tentang memasak, belajar tentang menyapu, belajar tentang bertani bahkan belajar tentang membina dan mengatur keluarga. Sinau dalam pemahaman masyarakat Samin memiliki makna yang berbeda dengan 'belajar'. Selama ini belajar selalu dipahami dengan kegiatan belajar di ruang kelas dengan guru yang berdiri di depan kelas dan materi yang terstruktur. Sedangkan sinau dalam konsep masyarakat Samin adalah mempelajari segala hal yang terjadi dalam kehidupan mereka dan mempergunakannya untuk bertahan hidup dan menjalani kehidupan dengan baik (Darmastuti, 2010 : 208). Selama ini masyarakat selalu memahami bahwa belajar adalah suatu proses untuk mengerti dan memahami suatu konteks masalah tertentu dengan cara membaca dari sebuah buku. Sinau bagi masyarakat Samin juga dilakukan dengan cara membaca. Hanya saja membaca yang dimaksud di sini tidak selalu membaca buku, tetapi membaca '*keadaan*' (hal-hal yang ada di sekitar kehidupan mereka). Hal ini bisa dipahami karena pada dasarnya manusia secara alamiah merupakah makhluk yang dapat belajar dari peristiwa alam dan gejala-gejala kehidupan yang ada untuk mengembangkan kehidupannya.

Proses 'sinau' yang dilakukan oleh masyarakat Samin terjadi melalui interaksi mereka dengan alam maupun dengan lingkungan yang ada di

sekitar mereka. Hal ini seperti yang dikatakan oleh Andreas Harefa, Manusia yang belajar adalah manusia yang berproses menjadi (*to be atau being*) dirinya sendiri, mengaktualisasi segenap potensi dengan mana ia diciptakan, menjadi otentik dalam arti unik dan tidak terbandingkan dengan yang apa pun atau siapa pun yang 'bukan' dirinya. Ia adalah human being (manusia) yang berproses atau belajar untuk being human (memanusiakan dirinya) (Harefa, 2000 : 22).

Proses 'sinau' inilah yang dilakukan oleh masyarakat Samin dengan tujuan untuk membenarkan perkataan mereka dan memperbaiki tingkah laku mereka. 'Sinau' dilakukan bukan untuk mencapai pangkat, derajat maupun kedudukan. 'Sinau' atau kita lebih familiar menyebutkan dengan belajar dilakukan untuk mencapai kesempurnaan hidup. Oleh karena itu, proses belajar yang dilakukan oleh masyarakat Samin lebih menekankan pada pengajaran tentang falsafah hidup dan agama. Pengajaran tentang falsafah hidup dan agama selama ini diajarkan oleh beberapa orang yang dianggap sebagai sesepuh dalam masyarakat Samin. Sedangkan 'sinau' nulis dan berhitung didampingi oleh mbak Gunarti yang menjadi mentor bagi masyarakat Samin.

Falsafah hidup dan tujuan pendidikan membuat masyarakat Samin melakukan proses pembelajaran yang berbeda dengan masyarakat lainnya. Herbert Blumer (1937) dalam teori Interaksionisme Simboliknya mengatakan persepsi seorang aktor tentang dan orientasi terhadap suatu objek adalah suatu fungsi dari makna yang diberikan aktor kepada subyek tersebut. Persepsi masyarakat Samin tentang pendidikan, maka akan mempengaruhi makna yang diberikan terhadap pendidikan itu, termasuk dalam proses pembelajaran dan cara yang dilakukan dalam proses belajar itu.

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Rini Darmastuti pada tahun 2005, Proses pembelajaran yang dilakukan oleh masyarakat Samin selama ini adalah proses pembelajaran dua arah. '*Transfer of knowledge*' dilakukan melalui komunikasi dua arah dalam situasi yang informal. Pola pembelajaran ini merupakan model pembelajaran yang menggunakan paradigma interaksionalisme simbolik. Menurut pandangan ini, pendidikan tidak dimaknai sebagai tindakan manipulasi pendidik atas pesertanya. Pendidikan dipahami sebagai proses sosial yang dibangun oleh interpretasi yang dimiliki oleh masing-masing peserta. Strategi belajar dialogis atau dua arah yang dibangun dalam komunitas Samin

menjadi modal dasar yang kuat untuk melestarikan pemanusiaan manusia yang selama ini mereka pertahankan (Darmastuti, 2010 : 209).

Pendidikan yang dilakukan oleh masyarakat Samin dengan menggunakan paradigma interaksionisme simbolik ini adalah proses pembelajaran yang dilakukan dengan berdasarkan pada kearifan lokal yang mereka miliki. Sartini mengatakan bahwa Kearifan Lokal (*Local Wisdom*) merupakan gagasan-gagasan setempat (lokal) yang bersifat bijaksana, penuh kearifan, bernilai baik yang tertanam dan diikuti oleh anggota masyarakatnya (Sartini, 2004 : 119).

Sebagai bagian dari masyarakat Jawa, kearifan lokal masyarakat Samin adalah kearifan lokal yang didasarkan pada budaya Jawa. Kearifan lokal ini menjadi dasar dari setiap proses pembelajaran yang mereka lakukan, bagaimana mereka melakukan 'sinau' serta tujuan dari proses pembelajaran itu sendiri. Sebagai bagian dari masyarakat Jawa, Masyarakat Samin memiliki prinsip yang sangat kuat dan sangat penjunjung budi luhur. Oleh karena itu, pendidikan budi luhur menjadi latar belakang dari setiap proses pembelajaran dengan menekankan pada pendidikan budi pekerti. "*Mbenerke pitutur, mbecikke lelakon*" menjadi satu bentuk pembelajaran budi pekerti dan pendidikan budi luhur yang terus dilakukan oleh masyarakat Samin. Prinsip ini diikuti dengan prinsip untuk berbuat baik dan menjauhkan diri dari perbuatan *drengki* dan *srei* (Tugiman, 1998 : 67).

Penekanan pembelajaran ini yang membuat proses pendidikan dan cara pembelajaran yang dilakukan masyarakat Samin berbeda dengan masyarakat lainnya. Proses pendidikan yang menekankan pada pendidikan budi luhur dan 'sinau' tentang hidup ini lebih banyak dilakukan oleh orang tua sebagai sumber pembelajaran. Sedangkan mentor yang bertugas dalam 'sinau' nulis dan ngitung (berhitung) dilakukan oleh seorang anggota masyarakat Samin yang bertugas sebagai mentor. Dalam proses pembelajaran dengan menggunakan prinsip komunikasi dua arah, komunikasi yang digunakan adalah komunikasi antar personal atau komunikasi antar pribadi. Komunikasi antar pribadi menjadi media yang digunakan oleh masyarakat Samin karena komunikasi ini adalah komunikasi yang paling efektif dalam membentuk kesempurnaan hidup, menjadi manusia yang berbudi luhur dan dapat mempelajari semua hal yang diperlukan dalam kehidupan mereka.

Kesimpulan

Sebagai masyarakat yang pernah mengalami penolakan yang sangat kuat dari masyarakat yang ada di sekitarnya, masyarakat Samin menjadi masyarakat yang sangat tertutup dan eksklusif. Tindakan masyarakat Samin menutup diri dari lingkungannya ini sampai mempengaruhi dalam hal pendidikan. Masyarakat Samin tidak mau menyekolahkan anak-anaknya pada sekolah formal. Alasannya sangat mendasar, yaitu mereka tidak mau kalau anak-anak masyarakat Samin ini terpengaruh oleh pengaruh dari luar.

Selain itu, tujuan dari proses pendidikan yang dilakukan oleh masyarakat Samin berbeda dengan tujuan dari proses pendidikan pada umumnya. *Mbenerke pitutur, mbecikke lelakon* (membenarkan perkataan dan memperbaiki tindakan) merupakan tujuan utama dalam setiap proses pembelajaran yang dilakukan oleh masyarakat Samin. Berdasarkan prinsip ini, maka pola pembelajaran yang dilakukan oleh masyarakat Samin adalah pola pembelajaran dengan menggunakan komunikasi dua arah. Sedangkan komunikasi yang digunakan dalam proses pembelajaran ini adalah komunikasi antar personal dengan berdasarkan pada kearifan lokal yang mereka miliki.

Daftar Pustaka

Dahar, Ratna Wilis. 2011. *Teori-teori Belajar dan Pembelajaran*. Jakarta : Penerbit Erlangga

Darmastuti, Rini dan Mustika Kuri Prasela. (2010). *Two Ways Communication : Sebuah Model Pembelajaran dalam Komunitas Samin di Sukolilo Pati*. Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 8, No. 2, Mei-Agustus 2010. ISSN 1693-3029

DeVito, Joseph A. 2011. *Komunikasi Antarmanusia. Ed. 5*. Tangerang : Karisma Publishing Group

Djumransjah, HM. 2006. *Filsafat Pendidikan*. Malang : Bayumedia Publishing

Harefa, Andrias. 2000. *Menjadi Manusia Pembelajar (On Becaming a Learner) : Pemberdayaan Diri, Transformasi Organisasi dan Masyarakat Lewat Proses Pembelajaran). Cet.1*. Jakarta : Kompas

Hutomo, Suripan Sadi. 1996. *Tradisi Dari Blora*. Semarang: Citra Almamater

Mulyana, Deddy. 2014. *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja Rosdakarya.

Mu'in, Fatchul. 2011. *Pendidikan Karakter : Konstruksi Teoritik dan Praktik*. Yogyakarta : Ar-Ruzz Media.

Ritzer, George dan Douglas J Goodman. 2007. *Teori Sosiologi Modern. Ed. 6, Cet. 4.* Jakarta : Kencana Predana Media.

Sartini. 2004. *Menggali Kearifan Lokal Nusantara sebuah Kajian Filsafati*, dalam Jurnal Filsafat, Edisi Agustus 2004, Jilid 37, Nomor 2, hal. 119.

Schunk, Dale H. 2012. *Learning Theories : An Educational Perspective. Ed. 6.* Jakarta : Pustaka Pelajar

Tugiman, Hiro. 1999. *Budaya Jawa dan Mundurnya Presiden Soeharto*. Yogyakarta : Penerbit Kanisius.

Turner, Bryan S. 2012. *Teori Sosial : Dari Klasik sampai Postmodern*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.

Umiarso dan Elbadiansyah. 2014. *Interaksionisme Simbolik : Dari Era Klasik hingga Modern*. Jakarta : Rajawali Pers.

West, Richard dan Lynn H Turner. 2011. *Pengantar Teori Komunikasi. Ed. 3, buku 1.* Jakarta: Salemba Humanika

Yusuf, Pawit M. 1990. *Komunikasi Pendidikan dan Komunikasi Instruksional*. Bandung : Remaja Rosdakarya.

Evaluasi Pembelajaran Karakter Bangsa dan Multikultural untuk Siswa Menengah Atas

Djudjur Luciana Radjagukguk **dan** ***Yayu Sriwartini***

Pendahuluan

Dewasa ini seringkali terjadi berbagai konflik dan perselisihan yang diakibatkan oleh adanya perbedaan baik dari segi suku, budaya, etnik, bahasa, agama dan berbagai macam keragaman lainnya. Untuk menghargai berbagai permasalahan akibat konflik tersebut beberapa intelektual pendidikan memberikan wacana beserta konsep tentang pendidikan multikultural. Dalam pendidikan multikultural nilai-nilai yang diangkat adalah rasa dan sikap toleransi, menghargai, kerja sama serta kemanusiaan juga inklusif dalam keberagaman. Melalui nilai-nilai tersebut diharapkan dapat menjadi sarana alternatif pemecahan konflik. Disamping itu, pendidikan multikultural juga membantu peserta didik agar tidak tercerabut dari akar budaya sendiri akibat pertemuan budaya lain yang masuk seiring dengan lajunya arus globalisasi. Pendidikan multikultural juga dapat digunakan sebagai landasan kurikulum nasional sebagai langkah awal dalam mendidik secara multikultural selayaknya menjadi sebuah keniscayaan untuk dapat diterapkan pada pendidikan nasional dalam mengatasi berbagai permasalahan bangsa.

Pendidikan adalah sarana manusia untuk menuju suatu perubahan. Pendidikan merupakan alat yang ampuh untuk melakukan perubahan. Peranan pendidikan dalam masyarakat memiliki peranan yang sangat vital. Tanpa pendidikan suatu bangsa atau masyarakat tidak akan merasakan kemajuan. Sebab peradaban manusia akan terlahir dari tingkat penguasaan ilmu pengetahuan, pengabdian dan keikhlasan serta pengamatan ilmu. Banyak dari generasi yang memiliki kemampuan dalam penguasaan ilmu pengetahuan tetapi tidak didasari dengan pengabdian serta keihlasan akhirnya mendatangkan bencana. Jadi tingkat majunya

sebuah peradaban di suatu bangsa atau masyarakat dilihat dari cara berfikirnya masyarakat, baik kemajuan politik, sosial, ekonomi, budaya, dan agama.

Karakter adalah cara berpikir dan berperilaku yang menjadi ciri khas tiap individu untuk hidup dan bekerja sama, baik dalam lingkup keluarga, masyarakat, bangsa dan negara. Individu yang berkarakter baik adalah individu yang bisa membuat keputusan dan siap mempertanggungjawabkan tiap akibat dari keputusan yang ia buat. Karakter bangsa adalah perbuatan taat pada agama, berbudi luhur, memiliki toleransi sosial, nilai-nilai kebaikan atau positif yang lain, memiliki disiplin pribadi, memiliki etos kerja yang baik, memiliki rasa tanggung jawab. Akhir-akhir ini, banyak kejadian penyimpangan di lingkungan siswa. Apa yang salah dengan dunia pendidikan kita? Apa yang dapat kita lakukan agar siswa-siswa kita menjadi anak yang memiliki karakter bangsa yang baik. Jawabannya ada di pendidikan budaya dan karakter bangsa.

Karakter adalah watak, tabiat, akhlak, atau kepribadian seseorang yang terbentuk dari hasil internalisasi berbagai kebajikan (*virtues*), yang diyakininya dan digunakannya sebagai landasan untuk cara pandang, berpikir, bersikap dan bertindak. Kebajikan terdiri atas sejumlah nilai, moral, dan norma seperti jujur, berani bertindak, dapat dipercaya dan hormat kepada orang lain. Interaksi seseorang dengan orang lain menumbuhkan karakter masyarakat dan karakter bangsa. Oleh karena itu, pengembangan karakter bangsa hanya dapat dilakukan melalui pengembangan karakter individu seseorang. Akan tetapi, karena manusia hidup dalam lingkungan sosial dan budaya tertentu, maka pengembangan karakter individu seseorang hanya dapat dilakukan dalam lingkungan sosial dan budaya yang bersangkutan artinya pengembangan budaya dan karakter bangsa hanya dapat dilakukan dalam suatu proses pendidikan yang tidak melepaskan peserta didik dari lingkungan sosial, budaya, masyarakat dan budaya bangsa. Lingkungan sosial dan budaya bangsa adalah Pancasila. Jadi pendidikan budaya dan karakter bangsa haruslah berdasarkan nilai-nilai Pancasila.. Dengan katra lain, mendidik budaya dan karakter bangsa adalah mengembangkan nilai-nilai Pancasila pada diri peserta didik melalui pendidikan hati, otak, dan fisik.

Budaya diartikan sebagai keseluruhan sistem berpikir, nilai, moral, norma dan keyakinan (*belief)* manusia yang dihasilkan masyarakat.

Pendidikan budaya dan karakter bangsa adalah pengembangan nilai-nilai yang berasal dari pandangan hidup atau ideologi bangsa Indonesia, agama, budaya dan nilai-nilai yang terumuskan dalam tujuan pendidikan nasional. Nilai-nilai dalam pendidikan budaya dan karakter bangsa diidentifikasikan dari sumber-sumber agama, Pancasila, budaya dan tujuan pendidikan nasional, Pendidikan nilai budaya dan karakter dikembangkan bukan melalui pembelajaran khusus tetapi secara implisit terintegrasi dalam kegiatan pembelajaran pada semua mata pelajaran dan dilakukan secara berkelanjutan dalam arti bahwa proses pendidikan nilai-nilai budaya dan karakter bangsa merupakan sebuah kegiatan yang merupakan proses berlangsung cukup panjang, dimulai dari awal siswa masuk sampai selesai dari suatu satuan pendidikan. Perilaku keseharian di lingkungan sekolah maupun di luar sekolah berupa tindakan "keteladanan" oleh guru maupun tenaga kependidikan harus dilakukan dengan memberi contoh langsung kepada siswa.

Salah satu wacana yang hadir dalam kehidupan masyarakat saat sekarang adalah istilah multikulturalisme. Penerapan pendidikan multikultural sangat penting untuk meminimalisasi dan mencegah terjadinya konflik di beberapa daerah. Melalui pendidikan berbasis multikultural, sikap dan *mind set* (pemikiran) siswa akan lebih terbuka untuk memahami dan menghargai keberagaman. Dengan pengembangan model pendidikan berbasis multikultural diharapkan mampu menjadi salah satu metode efektif meredam konflik. Selain itu pendidikan multikultural bisa menanamkan sekaligus mengubah pemikiran peserta didik untuk benar-benar tulus menghargai keberagaman etnis, agama, ras dan antar golongan. Siswa akan lebih mengetahui pluralitas dan menghargai keberagaman tersebut.

Gagasan multikulturisme dinilai dapat mengakomodasi kesetaraan budaya yang mampu meredam konflik vertikal dan horizontal dalam masyarakat yang heterogen di mana tuntutan akan pengakuan atas eksistensi dan keunikan budaya, kelompok, etnis sangat wajar terjadi. Muaranya adalah tercipta suatu sistem budaya (*culture system*) dan tatanan sosial yang mapan dalam kehidupan masyarakat yang akan menjadi pilar kedamaian dalam kehidupan masyarakat yang akan menjadi pilar kedamaian sebuah bangsa. Wacana multikulturalisme patut digulirkan pada ranah pendidikan, yang selanjutnya mungkin bisa berupa pendidikan karakter bangsa dan multikultural.

Pendidikan budaya dan karakter bangsa dimaknai sebagai pendidikan yang mengembangkan nilai-nilai budaya dan karakter bangsa pada diri peserta didik sehingga mereka memiliki nilai dan karakter sebagai karakter dirinya, menerapkan nilai-nilai tersebut dalam kehidupan dirinya, sebagai anggota masyarakat, warganegara yang religius, nasionalis, produktif dan kreatif.

Pendidikan Multikultural

Pendidikan multikultural (*multicultural education*) sesungguhnya bukanlah pendidikan khas Indonesia. Pendidikan multikultural merupakan pendidikan khas Barat seperti Kanada, Amerika Serikat, Jerman dan Inggris. Ada beberapa nama dan istilah lain yang digunakan untuk menunjuk pendidikan multikultural. Beberapa istilah tersebut adalah *intercultural education*, *interethnic education*, *transcultural education*, *multiethnic education* dan *cross cultural education* (Ekstrand dalam Saha, 1997:345-346). Untuk konteks Indonesia pendidikan multikultural baru sebatas wacana. Sejak tahun 2002 hingga sekarang ini wacana pendidikan multikultural berhembus di Indonesia. Beberapa tulisan di media, seminar, dan simposium cukup gencar mewacanakan pentingnya pendidikan multikultural di Indonesia. Simposium Internasional di Universitas Udaya Denpasar, Bali pada tanggal 16-19 Juli 2002 adalah salah satu contoh simposium yang mewacanakan pentingnya pendidikan multikultural di Indonesia. Wacana pendidikan multikultural perlu terus menerus dihembuskan, bahkan perlu diujicobakan.

Pendidikan formal atau lebih dikenal dengan sistem persekolahan mempunyai peranan yang amat menentukan perkembangan potensi manusia secara maksimal. Sehingga manusia itu memiliki ketajaman respon terhadap lingkungannya, ketrampilan, intelektual, sehat dan berkehidupan yang baik, kooperatif, mempunyai motivasi yang tinggi untuk berprestasi, mampu berkompetisi, toleran, dapat menghargai pendapat orang lain, dan mampu mencapai kebahagiaan hidup. Peranan sekolah dalam pembentukan kepribadian manusia ini belum dapat digantikan oleh sistem yang lain, meskipun pada tahun delapan puluhan pernah ada pemikiran bahwa seolah tidak lagi diperlukan masyarakat (*deschoolling society*).

Acuan utama bagi terwujudnya masyarakat Indonesia yang multikultural adalah multikulturalisme yaitu sebuah ideologi yang

mengakui dan mengagungkan perbedaan dalam sesederajatan, baik secara individual maupun secara kebudayaan (Fay, 1996; Jary and Jary, 1991; Watson, 2000). Dalam model multikulturalisme ini, sebuah masyarakat (termasuk juga masyarakat bangsa seperti Indonesia) dilihat mempunyai sebuah kebudayaan yang berlaku umum dalam masyarakat tersebut yang coraknya seperti sebuah mosaik. Di dalam mosaik tercakup semua kebudayaan dari masyarakat-masyarakat kecil yang membentuk terwujudnya masyarakat yang lebih besar, yang mempunyai kebudayaan seperti mosaik tersebut (Reed, 1997). Model multikulturalisme ini sebenarnya telah digunakan sebagai acuan oleh para pendiri bangsa Indonesia dalam mendesain apa yang dinamakan sebagai kebudayaan bangsa, seperti terungkap dalam penjelasan Pasal 32 UUD 1945 yang berbunyi: “Kebudayaan bangsa (Indonesia) adalah puncak-puncak kebudayaan daerah”.

Untuk membahas pendidikan multikultural pendekatan yang digunakan adalah pendekatan pedagogik. Pendekatan ini digunakan untuk membahas bagaimana mengasuh, membesarkan dan mendidik peserta didik melalui pendidikan multikultural. Dalam kaitan ini, ada dua hal penting yang perlu ditekankan, yaitu masalah didaktik dan metodik. Masalah didaktik perlu mendapat tekanan dengan alasan bahwa didaktik merupakan bagian dari ilmu pendidikan yang membahas tentang cara membuat persiapan pembelajaran dan mengorganisir bahan pembelajaran. Didaktik akan dikaitkan dengan bahan, materi dan silabus, atau kurikulum dalam pendidikan multikultural. Masalah metodik juga akan ditekankan di sini, karena metodik merupakan bagian dari ilmu pendidikan yang membahas tentang cara mengajarkan suatu mata pelajaran. Metodik dikaitkan manajemen dan strategi pembelajaran dalam pendidikan multikultural.

Menurut para ahli sosiologi pendidikan, terdapat relasi resiprokal (timbal balik) antara dunia pendidikan dengan kondisi sosial masyarakat. Relasi ini bermakna bahwa apa yang berlangsung dalam dunia pendidikan merupakan gambaran dari kondisi yang sesungguhnya di dalam kehidupan masyarakat yang kompleks. Demikian juga sebaliknya, kondisi masyarakat, baik dalam aspek kemajuan, peradaban, dan sejenisnya, tercermin dalam kondisi dunia pendidikannya. Oleh karena itu, majunya dunia pendidikan dapat dijadikan cermin majunya masyarakat, dan dunia pendidikan yang amburadul juga dapat menjadi

cermin terhadap kondisi masyarakatnya yang juga penuh persoalan.

Masyarakat sebagaimana memiliki fungsi sebagai penerus budaya dari satu generasi ke generasi selanjutnya. Proses ini berlangsung secara dinamis, sesuai dengan situasi dan kondisi serta kebutuhan masyarakat, media untuk alih budaya ini adalah pendidikan dan interaksi sosial. Dalam kerangka ini, pendidikan dapat diartikan sebagai proses sosialisasi, yaitu sosialisasi nilai, pengetahuan, sikap dan ketrampilan antar generasi (Gunawan, 2000).

Namun demikian, rumus relasi resiprokal antara dunia pendidikan dengan masyarakat tidak selalu berbanding lurus. Bahkan sering relasi timbal balik tersebut tidak berjalan sebagaimana yang diharapkan. Representasi dunia pendidikan tidak bisa digeneralisasi secara total untuk mewakili kondisi masyarakat demikian juga sebaliknya. Implikasinya, muncul kesenjangan relasi di antara keduanya. Kesenjangan ini merupakan realitas yang menjadi tantangan tersendiri bagi dunia pendidikan. Sebab, masyarakat telah berkembang dalam eskalasi dan progresivitas yang tinggi, sementara dunia pendidikan sendiri masih tetap sibuk dengan beragam persoalan yang tidak mudah untuk diurai.

Karakter Bangsa

Pasal 3 UU No.20 Tahun 2003 Sistem Pendidikan Nasional (Sisdiknas) dikatakan bahwa pendidikan nasional berfungsi untuk mengembangkan dan membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa. Bertujuan untuk berkembangnya potensi siswa agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri dan menjadi warga Negara yang demokratis serta bertanggung jawab.

Tujuan pendidikan budaya dan karakter bangsa antara lain;

1. Mengembangkan potensi kalbu/nurani/afektif peserta didik sebagai manusia dan warga negara yang memiliki nilai-nilai budaya dan karakter bangsa.
2. Mengembangkan kebiasaan dan perilaku peserta didik yang terpuji dan sejalan dengan nilai-nilai universal dan tradisi budaya bangsa yang religius.
3. Menanamkan jiwa kepemimpinan dan tanggungjawab peserta didik

sebagai generasi penerus bangsa.

4. Mengembangkan kemampuan peserta didik menjadi manusia yang madiri, kreatif, berwawasan kebangsaan.
5. Mengembangkan lingkungan kehidupan sekolah sebagai lingkungan belajar yang aman, jujurm penuh kreativitas dan persahabatan, serta dengan rasa kebangsaan yang tinggi dan penuh kekuatan (*dignity*).

Sementara itu, nilai dan deskripsi nilai pendidikan budaya dan karakter bangsa adalah sebagai berikut;

Nilai	Deskripsi
1. Religius	Sikap perilaku yang patuh dalam melaksanakan ajaran agama yang dianutnya, toleran terhadap pelaksanaan ibadah agama lain, dan hidup rukun dengan pemeluk agama lain.
2. Jujur	Perilaku yang didasarkan pada upaya menjadikan dirinya sebagai orang yang selalu dapat dipercaya dalam perkataan, tindakan dan pekerjaan.
3. Toleransi	Sikap dan tindakan yang menghargai perbedaan agama, suku, etnis, pendapat, sikap dan tindakan orang lain yang berbeda dari dirinya.
4. Disiplin	Tindakan yang menunjukkan perilaku tertib dan patuh pada berbagai ketentuan dan peraturan.
5. Kerja Keras	Perilaku yang menunjukkan upaya sungguh-sungguh dalam mengatasi berbagai hambatan belajar dan tugas, serta menyelesaikan tugas dengan sebaik-baiknya.
6. Kreatif	Berpikir dan melakukan sesuatu untuk menghasilkan cara atau hasil baru dari sesuatu yang telah dimiliki.
7. Mandiri	Sikap dan perilaku yang tidak mudah tergantung pada orang lain dalam menyelesaikan tugas-tugas.
8. Demokratis	Cara berpikir, bersikap, dan bertindak yang menilai sama hak dan kewajiban dirinya dan orang lain.
9. Rasa Ingin Tahu	Sikap dan tindakan yang selalu berupaya untuk mengetahui lebih mendalam dan meluas dari sesuatu yang dipelajarinya, dilihat dan didengar.
10. Semangat Kebangsaan	Cara berpikir, bertindak, dan berwawasan yang menempatkan kepentingan bangsa dan negara di atas kepentingan diri dan kelompoknya.

11. Cinta Tanah Air	Cara berfikir, bersikap, dan berbuat yang menunjukkan kesetiaan, kepedulian, dan penghargaan yang tinggi terhadap bahasam lingkungan fisik, sosial, budaya, ekonomi dan politik bangsa.
12. Menghargai Prestasi	Sikap dan tindakan yang mendorong dirinya untuk mengahasilkan sesuatu yang berguna bagi masyarakat dan mengakui, serta menghormati keberhasilan orang lain.
13. Bersahabat/ komunikatif	Tindakan yang memperlihatkan rasa senang berbicara, bergaul dan bekerja sama dengan orang lain.
14. Cinta Damai	Sikap, perkataan, dan tindakan yang menyebabkan orang lain merasa senang dan aman atas kehadiran dirinya.
15. Gemar Membaca	Kebiasaan menyediakan waktu untuk membaca berbagai bacaan yang memberikan kebajikan bagi dirinya.
16. Peduli Lingkungan	Sikap dan tindakan yang selalu berupaya mencegah kerusakan pada lingkungan alam di sekitarnya, dan mengembangkan upaya-upaya untuk memperbaiki kerusakan alam yang sudah terjadi.
17. Peduli Sosial	Sikap dan tindakan yang selalu ingin memberi bantuan pada orang lain dan masyarakat yang membutuhkan.
18. Tanggung Jawab	Sikap dan perilaku seseorang untuk melaksanakan tugas dan kewajibannya, yang seharusnya dia lakukan, terhadap diri sendiri, masyarakat, lingkungan alam, social dan budaya, negara dan Tuhan Yang Maha Esa.

Metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode penelitian tindakan kolaboratif seperti yang dikembangkan oleh Kemmis danTaggart (1992) dan Elliot (1993). Sedangkan bentuk penelitian yang dipilih adalah Penelitian Tindakan Kolaboratif Partisipatoris (Denzin dan Lincoln, 2009).

Penentuan bentuk penelitian ini karena penelitian ini berusaha untuk merefleksikan secara kritis dan kolaboratif suatu implementasi rencana pembelajaran multikultural dan etika bangsa. Refleksi ini dilakukan terhadap *performance* (kinerja) baik kepada peneliti, guru dan

siswa dalam konteks, situasi dan setting alamiah sekolah. Oleh karena itu, kajian awal yang berupa *baseline survey* digunakan untuk mendapatkan pemahaman multikultural dan etika bangsa dalam situasi alamiah sekolah.

Karakteristik dari penelitian tindakan ini didasarkan pada problema yang diangkat dari persoalan praktek pemahaman multikulturalisme di sekolah serta praktek pembelajaran sehari-hari oleh guru. Dalam konteks ini guru sejak awal menyadari adanya persoalan yang terkait dengan proses dan produk pembelajaran yang dihadapi terutama dalam pembejaran multikultural khususnya dalam mata pelajaran sosiologi. Kemudian dari persoalan yang dihadapi disadari pentingnya memecahkan persoalan khususnya pada pembelajaran etika bangsa dan multikulturalisme. Guru pada umumnya tidak dapat melihat persoalan itu sendiri untuk itu perlu bantuan orang lain (peneliti) untuk melihat apa yang selama ini telah dilakukan.

Pada proses pembelajaran guru perlu bekerja sama dengan partisipan (peneliti). Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan metode penelitian tindakan kelas kolaboratif partisipatoris yaitu penelitian yang bersifat kerjasama antara guru dan peneliti dalam merancang pembelajaran. Sedangkan peneliti memberikan saran perbaikan apabila muncul masalah dalam proses pembelajarannya.

Subjek penelitian ini adalah SMAN 28 Jakarta Selatan dan SMA Bunda Kandung untuk tahap I *baseline survey,* yang berkaitan dengan pemahaman awal tentang etika bangsa dan multikultural. Sedangkan pada tahap II dilakukan model dan praktek pembelajaran etika dan multikultural dalam setiap mata pelajaran terhadap siswa kedua sekolah.

Penelitian ini menggunakan lima macam instrumen yaitu, 1) angket *baseline survey* 2) pedoman observasi 3) pedoman wawancara 4) pedoman FDG dan 5) catatan lapangan.

Nilai-nilai dalam pendidikan budaya dan karakter menurut pedoman pengembangan Pendidikan Budaya dan Karakter Bangsa Kementrian Pendidikan Nasional (Puskur, Balitbang 2010:9-10) adalah religius, jujur, toleransi, disiplin, kerja keras, kreatif, mandiri, demokratis, rasa ingin tahu, semangat kebangsaan, cinta tanah air, menghargai prestasi, bersahabat, cinta damai, gemar membaca, peduli lingkungan, peduli sosial, tanggung jawab.

Prosedur penelitian tentang Evaluasi Pembelajaran karakter Bangsa dan Multikultural ini menggunakan siklus *baseline survey*, perencanaan tindakan, observasi dan refleksi menurut dasar sikulus penelitian tindakan dari Kemmis dan Taggart (dalam Denzin dan Lincoln, 2009).

Pembahasan

Pada prinsipnya, pengembangan pendidikan multikultural dan karakter bangsa tidak dirumuskan sebagai pokok bahasan tetapi terintegrasi ke dalam mata pelajaran, pengembangan diri dan budaya sekolah. Guru sekolah perlu mengintegrasikan nilai-nilai yang dikembangkan dalam pendidikan budaya dan karakter bangsa ke dalam KTSP/Kurtilas, Silabus dan Rencana Pelaksanaan Pembelajaran (RPP) yang sudah ada. Indikator nilai budaya dan karakter bangsa terdapat dua jenis yaitu (1) indikator sekolah dan kelas, dan (2) indikator untuk mata pelajaran.

Indikator sekolah dan kelas adalah penanda yang digunakan oleh kepala sekolah, guru dan personalia sekolah dalam merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasi sekolah sebagai lembaga pelaksana pendidikan budaya dan karakter bangsa. Indikator ini berkenaan juga dengan kegiatan sekolah yang diprogramkan dan kegiatan sekolah sehari-hari. Indikator mata pelajaran menggambarkan perilaku afektif siswa berkenaan dengan mata pelajaran tertentu. Perilaku yang dikembangkan dalam indikator pendidikan budaya dan karakter bangsa bersifat progresif berarti perilaku tersebut berkembang semakin kompleks antara satu jenjang kelas dengan jenjang kelas diatasnya, bahkan dalam jenjang kelas yang sama. Guru memiliki kebebasan dalam menentukan berapa lama suatu perilaku harus dikembangkan sebelum ditingkatkan ke perilaku yang lebih kompleks.

Pembelajaran pendidikan multikultural dan karakter bangsa menggunakan pendekatan proses belajar aktif dan berpusat pada anak dilakukan melalui berbagai kegiatan di kelas, sekolah dan masyarakat. Di kelas dikembangkan melalui kegiatan belajar yang biasa dilakukan guru dengan cara integrasi. Di sekolah dikembangkan dengan upaya pengkondisian atau perencanaan sejak awal tahun pelajaran dan dimasukkan kedalam kalender akademik sekolah. Di masyarakat dikembangkan melalui kegiatan ekstra kulikuler dengan melakukan kunjungan ke tempat-tempat yang menumbuhkan rasa cinta tanah

air dan melakukan pengabdian masyarakat untuk menumbuhkan kepedulian dan kesetia kawanan sosial.

Pendidikan Karakter Bangsa Multikultural pada Silabus dan RPP

Analisis kualitatif ini merupakan hasil penelitian (hasil wawancara) yang dilaksanakan di dua SMA di Jakarta Selatan yaitu SMA Negeri 28 dan SMA Bunda Kandung. Data ini merupakan hasil wawancara, trianggulasi, pengamatan dan pencermatan terhadap dokumen. Secara khusus, analisis data ini menyangkut perencanaan penngintegrasian pendidikan multikultural dan karakter oleh guru kelas.

Perencanaan pengintegrasian pendidikan multikultural dan karakter bangsa di SMAN 28 dan SMA Bunda Kandung Jakarta Selatan belum dilaksanakan secara optimal. Kondisi ini dapat dilihat dari 10 indikator perencanaan tidak ada indikator yang mencapai 100% pelaksanaannya. Indikator yang paling banyak dilakukan oleh guru adalah format silabus yang memuat strategi penilaian tes dan non tes dalam bentuk tertulis atau lisan mengenai kinerja, sikap dan hasil karya berupa tugas. Namun hanya SMAN 28 yang menjabarkan bentuk penilaian sikap di silabus ke RPP dalam rubrik penilaian dengan indikator sikap siswa yang diinginkan saat pelajaran berlangsung.

Sementara SMA Bunda Kandung tidak melakukan hal yang sama. Sebagian besar guru mengaku bahwa penilaian sikap sangat sulit dilakukan sehingga guru lebih memilih tidak menjabarkan dalam bentuk penilaiannya di RPP. Sementara indikator integrasi pendidikan budaya dan karakter lain pada format silabus hanya dipenuhi di SMAN 28., karena SMA Bunda Kandung tidak merevisi silabus yang digunakan tiap tahunnya.

Indikator integrasi pendidikan multikultural dan karakter bangsa yang paling banyak dilakukan guru pada RPP adalah memuat program pemberian umpan balik positif/penguatan/pengayaan/ keteladanan/ pembiasaan dan atau remedial yang dideskripsikan dalam kegiatan pembelajaran diantaranya dengan pemberian tugas mandiri/kelompok/ refleksi maupun pemberian pekerjaan rumah. Sedangkan indikator lainnya seperti rumusan indikator pencapaian kompetensi dan tujuan pembelajaran hanya dituliskan sesuai dengan kompetensi dasar yang mencakup aspek kognitif dan sekolah hanya mencantumkan nilai dan karakter yang akan dikembangkan dalam pembelajaran tanpa dijelaskan

dengan kata kerja operasional sehingga tidak tampak kegiatan yang mencerminkan nilai maupun karakter yang dituliskan dalam langkah-langkah pembelajaran.

Pemilihan metode pembelajaran untuk dua sekolah sudah sesuai dengan kebutuhan, kemampuan dan fasilitas yang tersedia. Sedangkan untuk SMA Bunda Kandung, silabus dan RPP yang dibuat guru tidak dapat dianalisis oleh peneliti karena guru yang bersangkutan tidak menyediakan silabus dan RPP yang lengkap. Sehingga semua sekolah secara umum yang dianalisis silabus dan RPP-nya telah merancang kegiatan pembelajaran sesuai dengan indikator yang ditetapkan yaitu kegiatan pembelajaran yang terpusat pada siswa dimana sebagian besar kegiatan pembelajaran dilakukan oleh siswa dan guru sebagai penyelenggara pembelajaran.

Guru melaksanakan pembelajaran di kelas dengan mengintegrasikan pendidikan budaya dan karakter. Terdapat lima nilai budaya dan karakter bangsa yang dilakukan oleh semua guru untuk semua metode dan materi pembelajaran yaitu jujur, disiplin, rasa ingin tahu, kerja keras dan bersahabat/komunikatif. Sebaliknya nilai perduli lingkungan hanya diintegrasikan oleh guru di SMAN 28 dengan contoh mengenai materi reaksi reduksi dan oksidasi. Walaupun sebetulnya dalam materi senyawa hidrokarbon juga dapat dikembangkan penjelasannya mengenai pelestarian lingkungan khususnya untuk materi bahasan mengenai minyak bumi. Sehingga guru dapat menasihati siswa mengenai penyebab polusi udara dan upaya penanggulangan polusi dengan penghijauan dan teknologi alternatif ramah lingkungan. Nilai toleransi tidak terlihat dalam pelaksanaan pembelajaran di kelas sehingga nilai ini dapat dihapuskan dari integrasi muatan nilai budaya multikultural dan karakter bangsa pada pembelajaran.

Rata-rata guru hanya mengintegrasikan sembilan sampai sebelas nilai multikultural dan karakter bangsa dalam pelaksanaan pembelajaran di kelas. Pembahasan materi melalui diskusi kelompok siswa hanya mengintegrasikan sembilan nilai budaya dan karakter bangsa. Demikian juga dengan materi lain melalui metode ceramah sehingga penyampaian materi melalui diskusi kelompok dan ceramah masih dianggap kurang variatif dalam mengintegrasikan muatan nilai budaya dan karakter bangsa dibandingkan dengan materi lainnya yang disampaikan dengan metode yang sama.

Pembelajaran bukan hanya menghafal konsep, prinsip-prinsip, dan hukum-hukumnya tetapi siswa juga harus memahami proses penemuan, sikap dan aplikasinya bagi kehidupan. dengan demikian pembelajaran di kelas harusnya dapat memperlihatkan keempat aspek tersebut. Dengan demikian, seharusnya nilai multikultural dan karakter bangsa masih dapat diintegrasikan dalam pembahasan materi oleh guru di kelas.

Pembahasan materi yang dikembangkan di SMAN 28 menunjukkan muatan nilai perduli lingkungan dimana guru mengingatkan kepada siswa untuk perduli terhadap kesehatan lingkungan sekolah dan tidak jajan disembarang tempat. Namun secara umum nasihat guru tidak dapat dimaknai oleh siswa sebagai aplikasi pelajaran yang diterimanya.

Pembahasan materi oleh guru di kelas dapat disisipkan muatan nilai multikultural dan karakter bangsa seperti nilai religius yang disampaikan oleh guru. Dengan demikian guru dapat memberikan penguatan bahwa keteraturan hidup bahwa segala keteraturan dari hal yang paling kecil sampai yang paling besar dalam tubuh makluk hidup dengan segala aktivitasnya merupakan kuasa Tuhan sehingga siswa dapat menyadari eksistensi Tuhan melalui ciptaannya saat belajar di kelas.

Contoh lain adalah pembahasan mengenai reaksi oksidasi dan reduksi dalam mata pelajaran kimia yang dikembangkan oleh guru SMA Bunda Kandung Menunjukkan nilai peduli lingkungan dimana guru mengkaitkan penggunaan boraks sebagai bahan pengawet makanan. Guru dapat menjelaskan hubungan penggunaan boraks terhadap pembahasan reaksi reduksi dan oksidasi. Hal ini dapat menjelaskan nasihat yang dapat dimaknai siswa sebagai salah satu aplikasi materi kimia. Pembahasan materi hidrokarbon juga dapat dikembangkan dengan memberikan muatan nilai disiplin siswa dalam mematuhi aturan. Guru dapat memberikan latihan soal mengenai penentuan nama dan struktur beberapa senyawa hidrokarbon untuk melatih ketangkasan dan kedisiplinan siswa. Guru dapat memberikan penguatan bahwa siswa harus mematuhi aturan penentuan rantai induk dan kemudian memberikan penomoran pada atom karbon yang termasuk rantai induk diikuti dengan penentuan jumlah cabang dan selanjutnya menuliskan nama senyawa yang didahului dengan angka yang menyatakan letak cabang dan diikuti naman cabang kemudian diakhiri dengan nama rantai induk.

Hambatan guru dalam mengintegrasikan pendidikan multikultural

dan karakter adalah padatnya tugas guru. Terlebih lagi guru yang bersertifikasi yang diwajibkan untuk memenuhi waktu mengajar sebanyak 24 jam pelajaran, menyebabkan guru terlalu sibuk memenuhi jam mengajar sehingga berbagai tuntutan administrasi tidak dapat dilaksanakan dengan baik. seperti merencanakan pendidikan budaya dan karakter dalam rencana pembelajaran dan merancang model penilaian sikap yang sesuai dengan kebutuhan. Selain itu revisi perangkat pembelajaran yang tidak sesuai dengan pelaksanaan juga terabaikan oleh guru. Oleh karena itu, guru memberikan saran terkait mereduksi jumlah beban mengajar guru agar guru dapat melakukan tugas administrasi lainnya selain mengajar di kelas.

Guru merasa sulit mengamati sikap siswa satu persatu dalam waktu yang singkat disetiap pertemuan pembelajaran. Perkembangan karakter siswa harusnya dapat diamati secara bertahap. Sehingga untuk melakukan penilaian sikap, guru dapat membagi siswa dalam kelompok-kelompok kecil dan mengamati salah satu kelompok sisa dalam setiap pertemuan atau guru dapat membuat indikator sikap yang ingin dinilai melalui pengamatan terhada penampilan siswa selama pelajaran. Lalu, apabila indikator tersebut ditampilkan oleh seorang atau lebih siswa, guru dapat langsung menandai daftar nilai afektif siswa yang bersangkutan.

Implementasi di SMAN 28 Jakarta

A. Upaya guru menggunakan contoh dan konten dari beragam budaya dan kelompok untuk menggambarkan konsep, prinsip, generalisasi serta teori utama dalam bidang mata pelajaran atau disiplin

Siswa kelas IPA di SMAN 28 Jakarta yang menjadi responden dalam riset ini berjumlah 25 murid sedangkan siswa kelas IPS berjumlah 35. Mereka memberi penilaian terhadap beberapa guru di bidang IPA dan IPS dalam mengaplikasikan nilai-nilai multikultural dalam mata pelajaran yang diampunya.

1. Penilaian terhadap pengimplementasian pendidikan multikultural oleh guru Pendidikan Agama dan Guru Pancasila-Kewarganegaraan. Menurut sebagian besar responden (68 %) guru agama cenderung tidak sering memberikan contoh-contoh konkrit bertoleransi dan sikap saling menghargai dalam pengajarannya. Mereka kadang-kadang saja menyisipkannya dalam materi tertentu. Sementara

itu guru Pancasila dan Kewarganegaraan pun kadang-kadang saja menyisipkan contoh konkrit tentang adat istiadat yang dipadukan dengan materi ajarnya. Hal ini diungkapkan oleh 56% responden. Bahkan Guru Pancasila dan Kewarganegaraan pun menurut 64% siswa dinilai tidak sering mengaitkan materinya dengan berbagai keragaman yang dimiliki Indonesia.

2. Penilaian terhadap pengimplementasian pendidikan multikultural oleh guru Bahasa Indonesia dan guru Sejarah. Menurut siswa kelas IPA dan IPS, guru Bahasa Indonesia hanya kadang-kadang saja menyisipkan ungkapan bahasa daerah ke dalam materi yang diberikan kepada siswa. Hal ini dinyatakan oleh 64% persen siswa. Mirisnya lagi, pelajaran sejarah yang seharusnya mengenal lebih jauh tentang pahlawan-pahlawan dan perjuangannya di tiap-tiap daerah, menurut sebagian besar siswa (76%) tidak dibahas secara sering dan mendalam oleh guru Sejarah.
3. Penilaian terhadap pengimplementasian pendidikan multikultural oleh guru Seni Budaya dan Pendidikan Jasmani, Olahraga, Kesehatan. Dalam penilaian responden, Guru Seni Budaya sering memberikan contoh-contoh tarian serta ciri khas lainnya (makanan, pakaian dll) dari setiap daerah. Hal ini terungkap dari 64% jawaban responden. Tetapi guru Pendidikan Jasmani, Olahraga dan Kesehatan menurut mereka kurang mengeksplorasi permainan atau jenis olahraga-olahraga tradisional dari masing-masing daerah di Indonesia.
4. Penilaian terhadap pengimplementasian pendidikan multikultural oleh Guru Biologi. Dalam menerangkan setiap materi biologi, guru kadang-kadang suka memberikan contoh mengenai tumbuh-tumbuhan serta ciri khas dari tumbuh-tumbuhan yang tersebar di berbagai daerah di Indonesia. Hal itu diungkapkan oleh 56% dari 25 responden yang merupakan siswa IPA.
5. Penilian terhadap beberapa guru bidang IPS (guru Geografi). Menurut 75% siswa IPS, guru selalu menerangkan dengan detail setiap submateri. Misalnya ketika membahas tentang iklim, selalu dikaitkan dengan kekuasaan Tuhan atau dengan kondisi suatu daerah tertentu. Begitu pula halnya dengan pelajaran ekonomi. Guru membeberkan tentang bagaimana kaitan pendapatan daerah dengan kinerja suatu daerah. Hal ini dikemukakan oleh 77% siswa IPS dari total 35 orang.

B. Upaya guru membantu siswa paham, menyelidiki dan menentukan asumsi budaya yang tersirat di dalam disiplin ilmunya.

Menurut sebagian siswa, setiap guru kadang memberikan contoh keseharian yang mudah dipahami yang disisipkan dalam penjelasan materinya, kadang-kadang tidak. Bahkan mereka mengemukakan jika materi yang diajarkan terkadang sulit dipahami dengan baik. Hal ini terlihat dari jawaban responden dalam tabel berikut ini:

Tabel 1. Materi yang Diajarkan Kadang Sulit Dipahami

		Frekuensi	Persen
Valid	Tidak	22	36,67
	Ya	38	63,33
	Total	60	100,0

Sangat disayangkan juga karena sebagian besar guru jarang memberikan contoh-contoh yang bersifat kearifan lokal/kedaerahan dalam membumikan pendidikan multikultural pada setiap materinya. Hal ini dikemukakan oleh sekitar 64% responden IPA dan IPS. Bahkan menurut 52% siswa, sebagian guru memberikan materi yang tidak sesuai dengan yang seharusnya.

C. Mengubah sikap rasial siswa dengan metode dan materi pengajaran

Dalam menghilangkan sikap rasial kepada siswa, para guru di SMA 28 berusaha untuk bersikap adil dan objektif kepada semua siswa/siswinya. Guru selalu ramah, memperhatikan dan tidak membeda-bedakan siswa dalam mengajar. Bahkan, di luar proses belajar mengajar, para guru selalu berusaha memberikan bimbingan kepada para siswa. Intinya para guru terlihat mengayomi para siswa. Hal ini dinyatakan oleh sekitar 70% siswa IPA dan IPS.

D. Pedagogi kesetaraan, yakni konsistesi ragam gaya mengajar guru dalam berbagai kelompok budaya dan ras

Dalam riset ini ada beberapa guru mata pelajaran yang menjadi objek kajian, yakni guru agama, guru pelajaran eksak, dan guru-guru pengajar keterampilan. Menurut sebagian siswa di jurusan IPA, guru agama lebih sering berceramah dalam menyampaikan materinya. Hal ini bisa terlihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Guru Agama Lebih Banyak Berceramah

		Frekuensi	Persen
Valid	Tidak Pernah	1	1,67
	Kadang-Kadang	22	36,67
	Sering	37	61,66
	Total	60	100,0

Di sepanjang pengajarannya, menurut 52% siswa, guru agama hanya kadang-kadang saja menyelingi dengan memberikan pertanyaan kepada siswa. Namun demikian guru agama sering memberikan contoh-contoh konkrit dalam memberikan penjelasannya serta seringkali membuat praktek setelah memberikan materi secara ceramah tersebut (lihat tabel 3). Bahkan sebagian siswa (52%) mengungkapkan jika dalam pelajaran agama seringkali berdiskusi dan kadang-kadang memberikan lebih banyak tugas di kelas serta suka memberi kesempatan kepada siswa untuk melakukan presentasi di depan kelas.

Tabel 3. Guru Agama Suka Membuat Praktek Setelah Memberikan Materi

		Frekuensi	Persen
Valid	Tidak Pernah	1	1,67
	Kadang-Kadang	32	53,33
	Sering	27	45,00
	Total	60	100,0

Penilaian yang sama juga diberikan siswa kepada para guru-guru eksakta. Bedanya, menurut responden, guru-guru eksak lebih sering memberikan tugas rumah kepada para siswa serta banyak memberikan trik cepat dalam mengerjakan soal-soal. Hal ini diungkapkan oleh hampir 80% siswa. Sementara itu, dalam pandangan para siswa guru-guru keterampilan lebih banyak memberikan praktek daripada ceramah dan lebih banyak memberikan tugas di rumah seperti terlihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. Guru Keterampilan Lebih Banyak Memberikan Tugas di Rumah

		Frekuensi	Persen
Valid	Kadang-Kadang	20	33,33
	Sering	40	66,67
	Total	60	100,0

E. Sejauhmana budaya sekolah dapat memberdayakan siswa beragam kelompok, ras, etnis, dan budaya

Pemberdayaan siswa beragam kelompok, ras, etnis dan budaya di SMA 28 dapat dilihat dari beberapa indikator berikut; (1) kegiatan ekstrakurikuler kerohanian; (2) ekstrakurikuler di bidang kesenian; (3) ekstrakurikuler di bidang olahraga; (4) ekstrakurikuler di bidang akademik; Menurut 76% siswa kelas IPA dan IPS di sekolah itu, pernah ada kegiatan kerohanian islam, kristen, hindu, budha dan konghucu. Artinya sekolah berupaya untuk memberi ruang dan kesempatan kepada siswa/siswinya untuk mengeksplorasi nilai-nilai keagamaan yang dianutnya melalui kegiatan ekstra. Dalam hal pengembangan kesenian, sekolah pun berupaya memberi kesempatan siswa/siswinya mengembangkan bakat di bidang tersebut dengan menyediakan kegiatan ekstrakurikuler di bidang kesenian. Hal ini seperti terungkap dari pendapat siswa IPA berikut ini:

Tabel 5. Ada Kegiatan Ekstrakurikuler di Bidang Kesenian

		Frekuensi	Persen
Valid	Ya, ada	2	3,33
	Pernah ada	44	73,33
	Tidak ada	14	23,34
	Total	60	100,0

Selain itu kegiatan ekstrakurikuler lainnya yang dijalankan di SMAN 28 ini adalah olahraga dan pengembangan karya ilmiah. Sedangkan bentuk pemberdayaan dan peningkatan sensitivitas sosial lainnya di sekolah ini adalah budaya piket di setiap kelas, bakti sosial membersihkan lingkungan sekolah setiap satu minggu sekali, bakti sosial ke masyarakat, membuat spanduk ucapan hari raya, membudayakan ucapan salam, menggalang bantuan sosial untuk membantu masyarakat yang terkena musibah.

Total responden di SMAN 28 Jakarta berjumlah 60 orang terdiri dari 53,3% (32 orang) siswi dan 46,7% (28 orang) siswa, dengan sebaran usia 17 tahun pada 70 % (42 orang) responden dan 16 tahun pada 30 % (18 orang) responden. Menurut 70 % (42 orang) responden, orang yang taat beragama adalah orang yang menjalankan ritual ibadah seperti sholat, pergi ke gereja atau ke tempat peribadatan lainnya sesuai agamanya masing-masing. Mereka pun mengatakan bahwa taat beragama dapat dilihat dari ketepatan waktu dalam beribadah, selalu bersedekah, menghargai hari raya agama lain dan menghargai pertemanan dengan siapa saja termasuk yang berbeda agama.

Lalu nilai-nilai kejujuran di mata sebagian besar responden (60 % atau 36 orang) dapat dilihat dari sikap yang terbuka apa adanya, serta tidak suka berbohong. Bahkan orang jujur menurut mereka tidak akan menyampaikan informasi secara berbelit, setidaknya hal itu terlihat pada penuturan 88,3 % (53 orang) responden.

Nilai-nilai karakter bangsa pada responden (SMA 28) terlihat dari pengimplementasian dalam kesehariannya. Dari 60 responden tidak semuanya selalu mengikuti sholat berjamaah di kampus, hanya 51,7 % saja dan 43,3% lainnya mengaku kadang-kadang. Namun 60% di antaranya suka mengingatkan teman untuk segera melakukan ibadah. Tapi tidak banyak siswa yang mengikuti kegiatan rohani di sekolah. Mirisnya lagi sebagian besar responden (60%) kurang memiliki empati terhadap pelaksanaan ibadah dan hari raya lainnya.

Implemantasi di SMA Bunda Kandung Jakarta

Di SMA Bunda Kandung Jakarta total responden jurusan IPS berjumlah 30 orang, pada

A. **Sejauhmana guru memberikan contoh dari beragam budaya dan kelompok untuk menggambarkan konsep, prinsip, generalisasi serta teori utama dalam bidang mata pelajaran atau disiplin**

Menurut 80,0% (24 responden) bahwa Guru Agama dan Budi pekerti sering memberi contoh toleransi, sedang 16,7 % (5 responden) menjawab kadang-kadang dan 3,3% (1 responden) menyatakan tidak pernah. Yang menyatakan Guru Agama sering memberikan contoh saling menghargai 90.0% (27 respoden) dan 3,3% (1 respoonden) menyatakan kadang-kadang, dan 6,7% menjawab tidak pernah. Sementara itu, Guru Pancasila & Kewarganegaraan juga sering memberi contoh keragaman di Indonesia. seperti tabel dibawah ini:

Tabel 6. Guru Pancasila dan Kewarganegaraan Sering Memberi Contoh Keragaman di Indonesia

		Frekuensi	Persen
Valid	Kadang-Kadang	5	16.7
	Sering	25	83.3
	Total	30	100.0

Untuk mata pelajaran Bahasa Indonesia, Guru Bahasa Indonesia sering memberikan contoh ungkapan bahasa daerah yang menyatakan sering 70,0% responden. Guru Sejarah yang sering memberikan contoh pahlawan dari tiap daerah ada 76,7% responden dan 80,0% responden yang menyatakan Guru Sejarah sering memberikan contoh perjuangan setiap daerah. Sedangkan guru seni budaya yang memberi contoh tari-tarian setiap daerah terlihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 7 Guru Seni Budaya Selalu Memberi Contoh Tarian-tarian Setiap Daerah

		Frekuensi	Persen
Valid	Tidak Pernah	2	6.7
	Kadang-Kadang	18	60.0
	Sering	10	33.3
	Total	30	100.0

Pada mata pelajaran pendidikan jasmani, olahraga dan kesehatan hanya 53,3% responden yang menyatakan guru sering memberikan olahraga/permainan khas daerah. Untuk mata pelajaran geografi 56,7% responden menyatakan sering bahwa Guru Geografi memberi contioh ilkim di setiap daerah. Yang menyatakan sering Guru Geografi selalu memberi contoh daerah-daerah lainnya hanya 26,7 % responden. Untuk mata pelajaran biologi 100% responden menyatakan kadang-kadang guru Biologi memberikan contoh tumbuhan ciri khas setiap daerah. Sementara itu guru ekonomi yang memberikan contoh pendapatan tiap daerah responden yang menyatakan sering ada seperti tabel dibawah ini:

Tabel 8. Guru Ekonomi Selalu Memberikan Contoh Pendapatan Tiap Daerah

		Frequency	Percent
Valid	Tidak Pernah	19	63.3
	Kadang-Kadang	11	36.7
	Total	30	100.0

Total responden jurusan IPA berjumlah 30 orang. Menurut 66,7 % responden yang menyatakan guru agama dan Budi Pekerti sering

memberi contoh toleransi. Sedang 30,0 % responden menjawab kadang-kadang dan 3,3% menyatakan tidak pernah. Yang menyatakan Guru Agama sering memberikan contoh saling menghargai 76,7% (23 respoden) dan 20.0 % (6 responden) menyatakan kadang-kadang dan 3,3% (1 responden) mengatakan tidak pernah. Sementara itu, Guru Pancasila & Kewarganegaraan juga sering memberi contoh keragaman di Indonesia terlihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 9 Guru Pancasila & Kewarganegaraan Sering Memberi Contoh Keragaman di Indonesia

		Frekuensi	Persen
Valid	Tidak Pernah	1	3.3
	Kadang-Kadang	5	16.7
	Sering	24	80.0
	Total	30	100.0

Pada mata pelajaran sejarah yang menyatakan guru sejarah sering memberikan contoh perjuangan setiap daerah terpapar 83,3% responden. Guru sejarah yang sering memberikan contoh pahlawan dari tiap daerah yang menyatakan sering 63,3 % responden. Pada guru seni budaya yang memberi contoh tari-tarian setiap daerah yang menyatakan sering hanya 16,7 % responden dan guru seni budaya sering memberi contoh tentang makanan/pakaian/ciri khas daerah tampak seperti tabel dibawah ini:

Tabel 10. Guru Seni Budaya Sering Memberi Contoh Tentang Makanan/pakaian/ciri Khas Daerah

		Frekuensi	Persen
Valid	Kadang-Kadang	25	83.3
	Sering	5	16.7
	Total	30	100.0

Pada mata pelajaran pendidikan jasmani, olahraga dan kesehatan responden yang menyatakan guru sering memberikan olahraga/permainan khas daerah hanya 30,0 % responden. Untuk mata pelajaran biologi responden guru biologi memberikan contoh tumbuhan ciri khas setiap daerah, seperti tabel yang dibawa ini:

Tabel 11. Guru Biologi Selalu Memberikan Contoh Mengenai Ciri Khas Tumbuhan Daerah

		Frekuensi	Persen
Valid	Kadang-Kadang	24	80.0
	Sering	6	20.0
	Total	30	100.0

B. Dimensi ke-2 Guru membantu siswa paham, menyelidiki dan menentukan asusmsi budaya yang tersirat di dalam disiplin ilmunya

Yang menyatakan ya 96,7% responden, bahwa setiap pelajaran guru yang selalu memberikan contoh keseharian yang mudah dipahami. Dalam penyampaian materi yang diajarkan kadang sulit dipahami yang menyatakan ya 91,7% seperti tabel ini:

Tabel 12 Materi yang Diajarkan Kadang Sulit Dipahami

		Frekuensi	Persen
Valid	Tidak	5	8.3
	Ya	55	91.7
	Total	60	100.0

Pernyataan bahwa setiap guru bidang studi jarang memberikan contoh-contoh mengenai daerah ada 98,3% responden. Sedangkan yang menyatakan ya, guru terlalu berbelit-belit memberikan pemahaman materinya hanya 1,7% responden.

C. Dimensi tiga yaitu sikap rasial siswa dapat diubah dengan metode dan materi pengajaran.

Menurut 60 responden (100%) semua guru tidak membeda-bedakan siswa dan semua guru selalu berlaku obejektif. Sedang guru yang selalu ramah dalam mengajar 78,3% responden menyatakan ya. Ada 100% responden yang menyatakan bahwa semua guru selalu memberikan yang terbaik dalam mengajar, semua guru selalu membantu siswa yang membutuhkan bimbingan, semua guru selalu sabar dalam mengajar dan dalam mengajar semua guru bersikap lemah lembut.

D. Dimensi 4 pada pedagogi kesetaraan, yakni konsistensi ragam gaya mengajar guru dakam berbagai kelompok budaya dan ras,

Bahwa dalam pelajaran agama, Guru Agama lebih banyak berceramah, siswa yang menyatakan sering ada 90,0% responden. Guru agama lebih banyak memberi pertanyaan kepada siswa yang menyatakan sering ada 85,0% responden dan 15.0% menjawab kadang-kadang. Sedangkan 1,7% responden yang menyatakan sering bahwa guru agama banyak membuat diskusi kelompok, guru agama lebih banyak memberi contoh konkrit, guru agama memberikan tugas dalam kelas, guru agama selalu membuat praktek setelah memberi materi. Sisanya lebih banyak menyatakan kadang-kadang yaitu 98,3% responden.

Sedangkan pada guru-guru sosial, 11,7% responden menyatakan sering bahwa guru-guru sosial lebih banyak memberi pertanyaan kepada siswa, sedangkan 88,3 % responden menyatakan kadang-kadang. Dalam pengajarannya guru-guru sosial lebih banyak memberikan contoh konkrit yang menyatakan kadang-kadang 98,3%, sedangkan 1,7% responden menyatakan tidak pernah. Pada pernyataan guru-guru sosial lebih banyak berceramah dinyatakan sering 36,7% responden, dan untuk guru-guru sosial banyak membuat diskusi kelompok 100% responden menyatakan kadang-kadang. Selain itu yang menyatakan kadang-kadang guru-guru sosial lebih banyak memberikan tugas sekolah ada 98,3% responden dan guru-guru sosial lebih banyak memberikan tugas di rumah dinyatakan sering dengan 60%. Guru-guru sosial selalu memberi kesempatan pada siswa untuk presntasi yang menyatakan kadang-kadang sebanyak 98,3%.

Pada guru-guru eksak 98,3% responden menyatakan kadang-kadang, guru-guru eksak lebih banyak memberi pertanyaan kepada siswa, sedangkan 1,7% responden yang menyatakan tidak pernah. Dalam pengajarannya guru-guru eksak lebih banyak memberikan contoh konkrit yang menyatakan kadang-kadang 98,3%, sedangkan 1,7% responden menyatakan sering. Hal yang serupa dinyatakan pada pernyataan guru-guru eksak lebih banyak berceramah, guru-guru eksak banyak membuat diskusi kelompok dan guru-guru eksak lebih banyak memberikan tugas serta guru-guru eksak lebih banyak memberikan tugas di rumah, guru-guru eksak selalu memberi kesempatan pada siswa untuk presentasi dan guru-guru eksak banyak memberikan trik cepat mengerjakan soal.

Pada mata pelajaran keterampilan 98,3% responden menyatakan kadang guru-guru eksak lebih banyak memberi pertanyaan kepada siswa,

sedangkan 1,7% responden yang menyatakan tidak pernah. Dalam pengajarannya guru-guru eksak lebih banyak memberikan contoh konkrit yang menyatakan kadang-kadang 98,3%, sedangkan 1,7% responden menyatakan sering. Hal yang serupa dinyatakan pada pernyataan guru-guru eksak lebih banyak berceramah, guru-guru eksak banyak membuat diskusi kelompok. Sementara guru-guru eksak lebih banyak memberikan tugas serta guru-guru eksak lebih banyak memberikan tugas di rumah, guru-guru eksak selalu memberi kesempatan pada siswa untuk presentasi dan guru-guru eksak banyak memberikan trik cepat mengerjakan soal.

E. Dimensi lima, bagaimana budaya sekolah dapat memberdayakan siswa beragam kelompok, ras, etnis, dan budaya

Pernyataan ada ekstrakurikuler untuk kegiatan kerohanian Islam dan kegiatan kerohanian Kristen yang menyatakan ya, ada 100% responden. Sedangkan pernyataan ada ekstrakurikuler untuk kegiatan kerohanian Hindu, kegiatan kerohanian Budha dan kegiatan kerohanian Konghuchu semua 100% responden tidak ada.

Semua responden (100%) di SMA Bunda menyatakan bahwa ada ekstrakurikuler di bidang kesenian, ekatrakurikuler di bidang olahraga, dan sekolah mewajibkan adanya piket di setiap kelas. Ada ekatrakurikuler di bidang akademik (karya ilmiah) terlihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 13 Ekstrakurikuler di Bidang Akademik (Karya Ilmiah)

		Frekuensi	Persen
Valid	Ya, ada	59	98.3
	Pernah ada	1	1.7
	Total	60	100.0

Pernyataan selalu ada bakti sosial membersihkan lingkungan sekolah setiap minggunya, sebanyak 100% responden menyatakan pernah ada. Sama juga dengan pernyataan sekolah selalu mengadakan bakti sosial kepada masyarakat dinyatakan pernah ada oleh 100% responden.

Ketika menjelang Hari Raya Umat Islam, sekolah membuat spanduk ucapan dinyatakan 100% responden. Namun, ketika menjelang Hari Raya Umat Kristen, Hindu, Budha dan konghuchu, sekolah membuat spanduk ucapan dinyatakan 100% tidak ada. Dalam tiap tahun sekolah selalu menyelenggarakan kegiatan buka bersama/tarawih bersama 100% responden

menyatakan ada. Sedangkan tiap tahun sekolah selalu menyelenggarakan kegiatan yang berkaitan dengan hari suci agama Kristen, Hindu, Budha dan Khonghuchu dinyatakan 100 % responden menyatakan tidak ada.

Responden SMA Bunda Kandung Jakarta total berjumlah 60 orang. Mereka terdiri dari 50 % (30 orang) siswi dan 507% (30 orang) siswa, dengan sebaran usia 15 tahun 13,3% (8 orang) responden, 16 tahun pada 38,3 % (23 orang) dan 17 tahun pada 36,7 % (22 orang) serta 18 tahun 11,6% (7 orang) responden. Menurut 62.3 % (38 responden) orang yang taat beragama adalah orang yang menjalankan ritual ibadah seperti sholat, pergi ke Gereja atau ke tempat peribadatan lainnya sesuai agamanya masing-masing. Mereka pun mengatakan bahwa taat beragama dapat dilihat dari ketepatan waktu dalam beribadah, selalu bersedekah, menghargai hari raya agama lain dan menghargai pertemanan dengan siapa saja termasuk yang berbeda agama.

Lalu nilai-nilai kejujuran di mata sebagian besar responden (48,3% atau 29 orang) dapat dilihat dari sikap yang terbuka apa adanya, serta tidak suka berbohong. Bahkan orang jujur menurut mereka tidak akan menyampaikan informasi secara berbelit, setidaknya hal itu terlihat pada penuturan 55,7% (34 responden).

Penutup

Berdasarkan hasil pengamatan dan interview terhadap sekolah dan guru yang termuat dalam hasil dan pembahasan penelitian ini disimpulkan bahwa guru di setiap SMA sasaran penelitian ini tidak melengkapi rencana pembelajaran dengan semua indikator pengintegrasian pendidikan multikultural dan karakter bangsa pada silabus dan RPP yang digunakan. Sementara pelaksanaan pembelajaran telah mengintegrasikan muatan nilai multikultural dan karakter bangsa melalui pendekatan keteladanan, pembiasaan dan penguatan pada kegiatan pembelajaran. Hambatan yang dirasakan guru dam mengintegrasikan nilai multikultural dan karakter bangsa yaitu beban kerja dan rendahnya pemahaman terhadap pengintegrasian pendidikan multikultural dan karakter bangsa.

Oleh karena itu sangat diharapkan untuk memperbaiki muatan nilai multikultural dan karakter bangsa agar para siswa/siswi mampu menerapkan karakter bangsa dan multikultural dalam kehidupannya seharihari. Sehingga peran serta guru dan pemerintah dalam meningkatkan muatan pembelajaran sangat dibutuhkan sekali.

Daftar Pustaka

Andersen R. And K. Cusher. 1994. *Multicultural and Intercultural Studies*, dalam C. Marsh [ed]. *Teaching Studies of Society and Environment*. Sydney: Prentice-Hall.

Banks, James A. 1993. *Multicultural Education: Historical Development Dimensions and Practice Review of Research in Education*. Vol. 19.

Ekstrand, L.H. 1997. *Multicultural Education* dalam Saha Lawrence J [eds]. *International Encyclopedia of The Sociology of Education.* New York: Pergamon.

Denzin, Norman K, Lincoln Yvonna S. 2000. *Handbook of Qualitative Reserach.* California: Sage Publication.

Fay, Brian. 1996. "*Contemporary Philosophy of Social Science: A Multicultural Approach*". Oxford: Blackwell.

Freire Paulo. 2002. Politik Pendidikan, Kebudayaan, Kekuasaan dan Pembebasan. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Gunawan, Ary H. (2000). *Sosiologi Pendidikan Suatu Analisa Sosiologi Tentang Pelbagai Problem Pendidikan.* Jakarta Rineka Cipta.

Jary, D and J. Jary. 1991. "Multiculturalism". *Dictionary of Sociology.* New York: Hareper, hlm. 319.

Kementrian Pendidikan Nasional Badan penelitian dan Pengembangan Pusat Kurikulum. 2010. *"Bahan Pelatihan Penguatan Metodologi Pembelajaran Nilai-Nilai Budaya untuk Membentuk daya Saing dan Karakter Bangsa Pengembangan Pendidikan Budaya dan Karakter Bangsa*". Jakarta.

Muhyi, Batubara. 2004. *Sosiologi Pendidikan.* Jakarta: Ciputat Press.

Reed, I (*peny*). 1997. *Multi America: Essays on Culture Wars and Peace.* Pinguin.

Sairin, Syafri. 1992. *Telaah Pengelolaan Keserasian Sosial dari Literatur Luar Negeri dan Hasil Penelitian Indonesia*. Jakarta: Kerja Sama Meneg KLH dan UGM.

Tilaar, H.A.R. 2004. *Multikulturalisme Tantangan-tantangan Global Masa Depan dalam Transportasi Pendidikan Nasional.* Jakarta: Grasindo.

Watso, C.W. 2000. *Multiculturalism.* Buckingham Philadelphia: Open University Press.

Glokalisasi dan Peran Media Massa Indonesia dalam Pelestarian Budaya Nusantara

Zainuddin Muda Z. Monggilo

Pendahuluan

Seringkali kita mendengar istilah-istilah seperti *connected world*, *connected age*, *network society*, *global village* dan masih banyak lagi untuk menggambarkan masa yang tengah dijalani umat manusia saat ini. Istilah-istilah tersebut secara harfiah memang berbeda namun mempunyai kesamaan makna karena secara terminologi merujuk pada kondisi dunia yang tidak lagi terpisahkan oleh jarak, ruang dan waktu (McLuhan, 1964; Castells, 2010:5; van Dijk, 2006:1-3). Hal ini dimungkinkan berkat teknologi informasi, komunikasi, dan transportasi yang berkembang begitu luar biasa di abad yang dikenal dengan nama globalisasi (Murray, 2006:3).

Globalisasi muncul dengan membawa sekumpulan ide tentang bagaimana dunia disatukan dalam satu konsep identitas budaya global yang salah satunya disebarluaskan melalui media. Identitas budaya global/universal yang dimaksud dalam tulisan ini adalah konsep penyeragaman budaya menjadi satu budaya yang sama mengikuti budaya dominan yang lebih kuat atau yang umumnya disebut dengan proses homogenisasi budaya.

Keunggulan media menjangkau khalayak yang lebih luas dinilai sebagai medium yang tepat untuk mempromosikan nilai-nilai universalitas tersebut. Namun, konsep universalitas atau globalisasi kerap menimbulkan perdebatan bila disandingkan dengan konsep identitas budaya lokal-nasional yang dibawa oleh paham nasionalisme. Identitas lokal-nasional yang dimaksud dalam tulisan ini berarti identitas budaya khas yang dimiliki oleh suatu kelompok, komunitas, masyarakat di suatu wilayah yang lebih sempit seperti desa, kota, provinsi hingga

wilayah yang lebih luas seperti negara, yang membedakannya dengan identitas budaya global yang membawa konsep universalitas. Sementara itu, nasionalisme (yang hendak dijelaskan lebih rinci pada bagian ketiga tulisan) secara sederhana adalah ideologi yang menegaskan tentang pentingnya identitas lokal-nasional -- ia merupakan bentuk perlawanan dominasi identitas global di era globalisasi.

Beberapa menganggap globalisasi sebagai kekuatan yang merusak identitas budaya lokal-nasional dengan menjadikannya korban dari homogenisasi budaya, imperialisme barat, dan budaya konsumtif (Ibrahim, 2004:115; Tomlinson, 2003:269), sementara yang lain berpendapat bahwa tren globalisasi justru memperkuat identitas budaya lokal-nasional dan rasa nasionalisme (Ariely, 2012:461).

Rasa pesimis dan khawatir ini pun tampaknya beralasan bila melihat globalisasi media yang terjadi di beberapa negara khususnya negara berkembang seperti Indonesia yang cenderung toleran terhadap segala hal baru yang berbau asing (barat) tetapi belum cukup kuat dalam menjaga kemajemukan identitas budaya bangsa sendiri yang bisa dikatakan tiada tara seantero jagat. Semakin ironis ketika bangsa ini baru sadar dan sibuk mengurusi budayanya hanya ketika budaya itu diklaim oleh bangsa lainnya. Hal ini berbanding lurus dengan maraknya program televisi yang mengadopsi program atau tayangan yang kebarat-baratan dengan dalih modernitas dan input komersil yang lebih menjanjikan daripada program atau tayangan yang mengangkat identitas nusantara untuk melestarikan budaya leluhur.

Barangkali terlalu naif rasanya bila mengadili bahwa segala hal yang terkait dengan budaya asing atau budaya global yang dibawa dan diadopsi oleh media nasional adalah keburukan dan hanya budaya nusantara yang dapat membawa kebaikan. Tetapi juga terlalu pesimis bila mengatakan bahwa budaya nusantara tidak lebih baik dari budaya global untuk ditayangkan melalui media nasional.

Berdasarkan hal tersebut, tulisan ini dimaksudkan untuk mendiskusikan posisi identitas budaya nusantara di tengah derap globalisasi budaya dan media yang semakin menggeliat. Lebih spesifik, permasalahan tersebut akan ditelisik dari sudut pandang institusi media massa yang secara krusial mempunyai posisi dan peran dalam menentukan pada pihak mana ia berdiri, mendukung identitas global atau identitas nusantara. Tujuannya adalah untuk merefleksikan pentingnya

posisi dan peran media massa Indonesia dalam melestarikan identitas budaya nusantara sebagai ciri khas bangsa yang membedakannya dari bangsa lainnya, dengan harapan dapat menimbulkan kesadaran kolektif dari berbagai pihak untuk mengawal dan melestarikan budaya bangsa melalui media nasional (khususnya media penyiaran televisi) yang ada sebagai warisan kekayaan kepada generasi penerus.

Pembahasan

Globalisasi: "*Go Global*"

Istilah globalisasi pertama kali diperkenalkan pada pertengahan tahun 1960-an dan baru mulai marak digunakan pada pertengahan tahun 1990-an setelah McLuhan (1964) memperkenalkan konsep *global village* yang kala itu memprediksikan media sebagai entitas yang kelak mempunyai kekuatan untuk menciptakan masyarakat global (McLuhan, 1964; Robertson:1992:8). Setelah itu, konsep globalisasi bertransformasi menjadi perbedaan cara pandang tentang adanya kekuatan yang berupaya untuk merestrukturisasi dunia seiring dengan penelitian teoritis dan empiris yang dilakukan dalam ilmu sosial secara spesifik.

International Bibliography of the Social Sciences (IBSS) mencatat bahwa artikel perintis yang diterbitkan dalam jurnal akademik dengan menggunakan istilah globalisasi baik dalam judul atau kata kunci pertama kalinya muncul pada tahun 1983. Kemudian pada tahun 1990 tercatat ada lima belas artikel yang menggunakan istilah globalisasi. Selang delapan tahun kemudian, pada tahun 1998 angka statistik penggunaan istilah globalisasi meningkat menjadi lebih dari 1.000 artikel dan dalam waktu lima tahun setelahnya, tercatat ada sekitar 2.909 di tahun 2003 yang memakai istilah tersebut. Setidaknya, dalam kurun waktu dua puluh tahun dari tahun 1983 hingga 2003 tercatat ada 12.859 artikel yang berhubungan secara substantif dengan isu-isu globalisasi yang dicatat oleh IBSS dan angka tersebut diprediksi terus meningkat (Murray, 2006:17).

Meningkatnya perhatian dunia riset dan akademik terhadap isu globalisasi semakin menegaskan bahwa globalisasi tidak bisa didefinisikan secara tunggal dan kaku, justru globalisasi mempunyai banyak definisi yang sangat cair dan fleksibel karena tidak hanya dipahami dari satu perspektif saja (Taylor, Watts, & Johnston dalam Murray, 2004:13). Dari

perspektif ekonomi, globalisasi merujuk pada internasionalisasi ekonomi dan penyebaran paham kapitalisme. Dalam ilmu hubungan internasional, globalisasi berfokus pada peningkatan hubungan antarnegara dan pengembangan politik global. Menurut studi budaya, globalisasi adalah komunikasi global dan standardisasi budaya dunia serta budaya post-kolonial. Dalam ilmu sejarah, fokus utama adalah konseptualisasi sejarah global. Semua perspektif ini relevan digunakan jika globalisasi dipandang sebagai proses yang multidimensi (Pieterse, 1994:161-162).

Globalisasi dapat pula didefinisikan dari tiga kelompok pendapat yaitu pendukung (*hiper-globalis*), penolak (*anti-globalis*), atau pengubah (*transformasionalis*). Menurut hiperglobalis, globalisasi adalah era baru yang belum pernah terjadi sebelumnya dalam sejarah dengan bangkitnya ekonomi global yang dominan. Sekutu-sekutu kelas transnasional baru telah berevolusi, menciptakan elit global baru yang berbagi kesamaan paham dengan neoliberalisme dan konsumerisme. Kubu ini melihatnya sebagai bukti adanya peradaban global yang menyebar tidak hanya untuk memfasilitasi konsumerisme neoliberal, tetapi juga membentuk demokrasi liberal dan bentuk-bentuk baru pemerintahan global. Singkatnya, hiperglobalis menganggap globalisasi sebagai rekonfigurasi mendasar dari kerangka tindakan manusia yang perkembangannya tak terbendung hingga menjadi kekuatan raksasa yang menentukan segalanya (Murray, 2004:34).

Sebaliknya, menurut mereka yang skeptis atau anti-globalis, meskipun kurang vokal, mereka menyanggah bahwa ekonomi global saat ini tidak lebih saling terhubung daripada yang yang terjadi di masa lalu. Bagi skeptis, pemerintah nasional tetap menjadi aktor sentral dalam membangun dan mengatur ekonomi global. Apa yang kita miliki kemudian adalah ekonomi politik internasionalisasi yang terbagi ke dalam tiga kekuatan ekonomi regional yang terdiri dari Eropa, Asia Timur, dan Amerika Serikat. Proses regionalisme ekonomi tersebut justru bertentangan dengan globalisasi. Antiglobalis melihat globalisasi sebagai agenda atau proyek yang dirancang untuk memajukan ekonomi kapitalis dan melanggengkan imperialisme barat (Murray, 2006:35).

Sedangkan bagi kelompok transformasionalis, globalisasi adalah nyata dan merestrukturisasi masyarakat secara mendalam (Castells, 1996; Giddens, 1990). Perubahan ini meluas dari transisi sejarah yang secara kontras berbeda dengan hiperglobalis yang mengklaim bahwa globalisasi

adalah situasi yang sama sekali baru dalam sejarah. Tranformasionalis menilai bahwa globalisasi secara historis dan geografis bersifat kontingen, dibangun oleh tindakan manusia, dan karena itu hasilnya tidak bisa ditentukan sebelumnya. Bidang ekonomi, misalnya, muncul perusahaan transnasional yang telah melampaui batas-batas wilayah. Pertukaran budaya lebih luas mengarah pada pembentukan budaya baru. Di bidang politik, kebijakan nasional tidak lagi diatur sendiri oleh pemerintah nasional tetapi juga oleh lembaga-lembaga supranasional dan internasional. Dalam hal ini, globalisasi menyebabkan keberadaan dari segala sesuatu tidak lagi dapat didefinisikan secara teritorial (Murray, 2006:36-37).

Dari sudut pandang yang berbeda dapat dihasilkan definisi yang berbeda satu sama lain. Kendatipun demikian, terdapat beberapa definisi umum dari para ahli ilmu sosial yang dipakai untuk mendefinisikan globalisasi. *Pertama*, Albrow (dalam Pieterse:1994:161) merujuk globalisasi pada segala proses yang dengannya setiap masyarakat di dunia disatukan menjadi satu masyarakat tunggal, masyarakat global. *Kedua*, Daniels, Bradshaw, Shaw, dan Sidaway (dalam Murray, 2004:13) mendefinisikan globalisasi sebagai istilah yang berkaitan dengan transformasi hubungan spasial yang melibatkan perubahan dalam relasi antara ruang, ekonomi dan masyarakat. *Ketiga*, Ohmae (dalam Murray, 2004:13) mendefinisikan globalisasi sebagai informasi, modal, dan aliran inovasi di seluruh dunia dengan kecepatan tinggi, yang dimungkinkan oleh teknologi dan didorong oleh keinginan konsumen untuk mengakses dan memiliki segala sesuatu yang terbaik. *Keempat*, Ruigrok & van Tulder (1995:22) mengartikan globalisasi sebagai ideologi dan konsep analitis. *Kelima*, Held et al. (1999:16) menekankan globalisasi sebagai suatu proses (atau serangkaian proses) yang mewujudkan transformasi dalam organisasi spasial dari hubungan dan transaksi sosial -- dinilai dari segi ekstensitas, intensitas, kecepatan, dan dampak mereka -- menghasilkan arus antarbenua atau antardaerah maupun jaringan aktivitas, interaksi dan penggunaan kekuasaan. *Keenam*, Waters (2001) menawarkan definisi sosiologis bahwa globalisasi adalah sebuah proses yang mana kendala geografis pada tatanan sosial dan budaya telah surut dan orang-orang menjadi semakin sadar bahwa mereka pun demikian.

Jadi, globalisasi adalah proses berkesinambungan yang melibatkan lebih dari satu unsur mulai dari politik, ekonomi, sosial, budaya, dan

teknologi yang telah menyatu dan mempengaruhi satu sama lainnya sehingga tidak lagi hanya menimbulkan batasan yang nyata dalam definisi jarak, ruang, dan waktu, tetapi juga menciptakan keterpaduan dalam denyut global terlepas dari sisi positif dan negatif yang melekat padanya.

Nasionalisme: "Katakan Tidak Pada Globalisasi"

Selayaknya tawaran konsep yang selalu hadir dengan sisi lebih dan sisi kurangnya, secara historis, salah satu alasan globalisasi lahir ialah karena melihat adanya keterbatasan dari gagasan yang hadir jauh sebelum kata globalisasi itu sendiri terpikirkan oleh pembawanya kala itu. Globalisasi sesungguhnya hadir sesudah konsep nasionalisme diperkenalkan sekitar abad ke-18. Nasionalisme menjunjung perasaan senasib dan sepenanggungan dari sekelompok manusia sebagai satu bangsa yang berdaulat -- yang selanjutnya oleh para perintis globalisasi dianggap sebagai hal yang mustahil terus terjaga kemurniannya seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sedemikian canggih.

Serupa sejarah dengan globalisasi yang telah melalui perjalanan panjang serta definisi yang bermacam-macam, istilah atau konsep nasionalisme juga menemui hal yang sama. Istilah nasionalisme sangat kental dihubungkan dengan filsuf Jerman Johann Gottfried Herder dan pakar kontra revolusioner Prancis Abbé Augustin de Barruel pada akhir abad ke-18 dan tidak lama kemudian menyebar dengan cepat ke penjuru Amerika, Amerika Latin dan Eropa . Istilah ini sangat jarang digunakan pada awal abad ke-19, baru kemudian pada sekitar tahun 1836, istilah ini dikenal dalam bahasa Inggris "*Nationalism*" dengan penggunaan teologis yang berisi doktrin ideologi bahwa negara-negara tertentu ditakdirkan menjadi negara-negara pilihan. Lalu definisi tersebut berkembang menjadi egoisme nasional namun lebih banyak merujuk pada arti kebangsaan yang bermakna semangat nasional atau individualitas nasional pada negara-negara Asia dan Afrika yang mulai mengenal paham ini pada abad ke-20 (http://www.britannica.com/EBchecked/topic/405644/nationalism, diakses pada 24 Desember 2014).

Sedikitnya terdapat lima gagasan penting yang dikaitkan dengan nasionalisme yaitu bahwa nasionalisme adalah (1) proses pembentukan atau pertumbuhan dan perkembangan bangsa, (2) kesadaran sentimental

kebangsaan, (3) hal-hal yang berhubungan dengan bahasa dan simbol negara, (4) gerakan sosial dan politik atas nama bangsa dan negara, dan (5) doktrin dan/atau ideologi kebangsaan baik secara umum maupun khusus (Smith, 2001:5-6).

Mengacu pada kelima gagasan penting tentang nasionalisme tersebut menunjukkan bahwa nasionalisme sesungguhnya adalah ideologi yang dapat didefinisikan dari berbagai sudut pandang tetapi dengan satu fokus utama yang sama yakni menempatkan negara sebagai pusat penting dalam upaya mewujudkan kesejahteraan bersama sebagai satu bangsa, satu negara. Atau dengan kata lain, guna mewujudkan kesejahteraan tersebut, maka negara menetapkan tiga target utama yaitu otonomi nasional, persatuan nasional, dan identitas nasional yang ketiganya saling berhubungan erat dan mempengaruhi satu sama lainnya (Smith, 2001:10).

Tiga target ini yang kemudian berperan dalam menyusun enam proposisi dasar dari ideologi nasionalisme: (i) dunia terdiri atas negara-negara yang setiap negara mempunyai karakter, sejarah dan takdir yang berbeda-beda, (ii) negara adalah satu-satunya sumber kekuasaan, (iii) kesetiaan pada negara berada di atas kesetiaan lainnya, (iv) setiap individu harus memiliki status kewarganegaraan agar terjamin dan terlindungi kebebasannya, (v) setiap negara mempunyai otonominya sendiri, dan (vi) kedamaian dan keadilan dunia hanya dapat tercipta apabila negara-negara mampu memanfaatkan otonomi yang dimilikinya (Smith, 2001:22).

Dengan mengacu pada uraian konseptual nasionalisme tersebut maka dapat dinyatakan bahwa nasionalisme pada level mikro dan meso adalah sebuah ideologi yang didasarkan pada asumsi bahwa loyalitas dan pengabdian individu atau kelompok/masyarakat kepada bangsa dan negaranya berada di atas kepentingan individu atau kelompok/masyarakat itu sendiri. Sedangkan pada level makro, nasionalisme dapat didefinisikan sebagai bentuk pernyataan, penegasan, perlindungan dan pelestarian segala bentuk aset bangsa dan negara yang dapat berwujud kebendaan maupun non-kebendaan yang diyakini sebagai kekayaan identitas yang tidak dimiliki oleh bangsa dan negara lainnya.

Dengan demikian, nasionalisme dan globalisasi akan sulit dipertemukan pada satu atau beberapa titik karena telah secara jelas mengusung paradigma yang secara prinsip berbeda dalam memandang

struktur nasional dan struktur global. Bila globalisasi memandang struktur global yang meneguhkan penyebaran kesamaan identitas global di seluruh dunia, maka nasionalisme berada pada posisi yang menolak keseragaman identitas budaya (homogenisasi budaya) dengan cara menguatkan struktur nasional sebagai bagian dari upaya untuk mengembangkan identitas nasional yang merupakan warisan kekayaan turun-temurun yang menentukan karakteristik atau jati diri suatu bangsa dan negara.

Didasari oleh konsep kunci tersebut, secara implisit, sebenarnya globalisasi ataupun nasionalisme menegaskan bahwa budaya atau segala hal ihwal yang berhubungan dengannya adalah identitas khas yang secara sah dan representatif disampaikan dari satu generasi ke generasi lainnya baik secara langsung maupun tidak langsung (salah satunya melalui media). Budaya ini pula yang kadangkala berupaya digerus dari akarnya oleh globalisasi atau dipertahankan hingga ke akarnya oleh nasionalisme. Terlepas dari hal tersebut, gagasan yang dapat disimpulkan dalam hal ini adalah bahwa globalisasi dan nasionalisme tidak dapat dihindarkan dari asumsi budaya sebagai identitas pengenal.

Budaya sebagai Identitas, Identitas sebagai Kekuatan Nasional

Budaya adalah sesuatu yang dipelajari, yang secara sosial berbentuk tradisi dan gaya hidup anggota masyarakat seperti pola dan pakem yang dimilikinya dalam berpikir, berpendapat, dan berekspresi (Harris dalam Hawkins, 2006:7). Budaya juga dapat didefinisikan sebagai pola historis yang ditransmisikan dari makna yang terkandung dalam simbol-simbol, sistem konsepsi yang diwariskan dan dinyatakan dalam bentuk simbolik yang dengannya manusia dapat mengkomunikasikan, melestarikan, dan mengembangkan pengetahuan dan sikap mereka terhadap dunia (Geertz dalam Hawkins, 2006:7).

Budaya dapat dianalisis dalam tiga dimensi (Appadurai dalam Wang, 2007:84). Pada dimensi pertama, manusia berhubungan dengan alam dan kehidupan. Mereka memproduksi dan menggunakan barang, dan akhirnya saling bertukar di antara mereka. Dimensi kedua berhubungan dengan simbol-simbol dan ritual yang melibatkan manusia dalam struktur hubungan sosial, membangun komunitas dan merayakannya. Dimensi ketiga adalah pencarian makna utama yang menawarkan tujuan dan motivasi. Agama dan ideologi memberikan jawaban atas pencarian ini. Ketiga dimensi tersebut

memberikan identitas kelompok sosial dan membedakannya dari kelompok lain.

Budaya secara sederhana dikaitkan dengan warisan leluhur yang diterima begitu saja seperti adat-istiadat, tari-tarian, makanan khas dan lain sebagainya yang menjadi karakter dan ciri khas pemilik budaya tersebut. Dalam hal ini, budaya menghasilkan ciri khas atau karakter tertentu yang kemudian ditransformasikan sebagai identitas pengenal dan pembeda dari budaya lainnya. Identitas adalah proses konstruksi makna atas dasar atribut kultural, atau segala hal yang terkait dengan atribut kultural, yang diberikan prioritas di atas sumber makna (Castells, 1997:6). Identitas ini adalah sesuatu yang hanya dimiliki oleh seseorang sebagai kepemilikan eksistensial yang tidak dapat diganggu gugat, sebuah warisan yang berlangsung secara kontinu dari masa lalu hingga masa yang akan datang. Identitas, seperti bahasa, bukan hanya kepemilikan budaya namun merupakan "harta karun" kolektif dari masyarakat lokal-nasional (Tomlinson, 2003:269). Singkat penjelasan, identitas budaya adalah kekuatan yang terinternalisasi sedemikian rupa dalam kehidupan masyarakat dan lebih jauh mampu menjadi perisai pelindung bagi kecenderungan perusakan budaya lokal-nasional yang membayangi suatu negara (Tomlinson, 2003:271).

Definisi EB Tylor (dalam Griswold, 1994:8) bahwa budaya mencakup pengetahuan, kepercayaan, seni, moral, hukum, adat, dan setiap kemampuan dan kebiasaan lainnya yang diperoleh oleh manusia sebagai anggota masyarakat adalah definisi yang dapat dirujuk untuk membagi lebih spesifik identitas budaya ke dalam dua jenis yaitu budaya material dan budaya non-material. Budaya material terdiri dari artefak yang dibuat atau diciptakan oleh manusia untuk hidup dan pekerjaan mereka dalam bentuk bangunan, alat-alat, kendaraan, jenis makanan, desain arsitektur dan artistik, karya seni seperti lukisan, ornamen, dll. Sedangkan budaya non-material seperti lagu, musik, tarian, sastra, drama dan bioskop; nilai-nilai, norma-norma, ideologi, adat istiadat dan kepercayaan yang berkaitan dengan pikiran dan sistem kepercayaan; aspek gaya hidup sehari-hari yang mencerminkan selera, kekuatan, posisi atau status sosial ekonomi seseorang dalam masyarakat; dan akhirnya, perilaku dan tindakan individu dan kelompok dalam masyarakat sebagai manifestasi konkret dari keyakinan, nilai, sikap, dan makna yang mereka representasikan melalui simbol, tindakan dan perilaku mereka (Embong, 2011:12).

Gagasan budaya sebagai identitas sebenarnya bukan konsep baru.

Budaya dan identitas telah menarik banyak perhatian para pakar untuk menulis tentangnya sebab ia dapat membangkitkan sentimen emosional, bahkan jika agama adalah faktor yang signifikan dalam budaya tertentu. Namun, secara konseptual, kedua konsep ini sulit untuk dipahami. Misalnya, istilah budaya yang karena kompleksitas dan variabilitasnya menyebabkan sulit menemukan definisi yang tepat. Ketika Kroeber dan Kluckhorn menerbitkan *review* mereka tentang isu ini pada tahun 1950-an, kata "budaya" memiliki setidaknya 150 definisi dan sejak saat itu, budaya telah didefinisikan ulang berkali-kali, menunjukkan kepada kita bahwa kita sedang memasuki ruang epistemologis dan ruang konstruksi pengetahuan yang sangat luas dan kompleks.

Perdebatan yang alot juga tidak dapat dielakkan ketika membicarakan tentang implikasi globalisasi terhadap budaya dan media khususnya pada peleburan dan penyeragaman budaya. Globalisasi budaya menjadi ancaman terhadap identitas budaya sebagai kekuatan identitas nasional dan lebih fatal penghancuran identitas budaya tersebut (Tomlinson, 2003:270). Bagi Giddens (1990), fenomena kontemporer globalisasi adalah globalisasi kapitalisme liberal dan modernitas materialistis. Karena sistem ekonomi adalah sistem dominan yang mengontrol sistem sosial, budaya materialistis dan konsumtif kemudian terus menyebar melalui media massa kepada masyarakat. Kesenjangan antara kaya dan miskin di masing-masing negara, dan antara negara-negara kaya dan miskin pun kian meningkat (Waters, 2001). Dunia mungkin menjadi sebuah desa global, tetapi tidak dengan masyarakat global (Wang, 2007:84).

Globalisasi budaya yang dibawa serta oleh media telah menyebarkan seluruh sistem ideologi, pendapat, pandangan dalam cakupan lintas budaya dan geografis yang luas yang dengan sendirinya mencetuskan lahirnya gagasan tersendiri tentang globalisasi media (Croteau, 2003:342). Hal ini mengarahkan kita pada pemahaman bahwa identitas budaya dalam globalisasi mempunyai hubungan dengan fenomena globalisasi media yang mengikat keduanya pada tatanan sistem global -- media massa memperkuat atau melemahkan identitas budaya lokal-nasional (Babran, 2008:215).

Media Massa di Tengah Pusaran Globalisasi dan Imperialisme Budaya

Sepintas, telah disinggung sebelumnya bahwa media massa dalam globalisasi memainkan peran yang signifikan, media massa membawa

perubahan besar pada pemikiran manusia pada tingkat individu dan perkembangan budaya pada tingkat kolektif sebagai unsur yang sarat makna identitas (Eijaz & Ahmad, 2011:100).

Perkembangan teknologi media massa yang ada telah menjadi alat untuk memfasilitasi dan mempercepat keterhubungan antara ekonomi, politik, sosial dan budaya pada skala yang lebih besar (McQuail, 2005:130). Globalisasi media massa telah mendorong munculnya konglomerasi media terpusat yang kekuatan dan pengaruhnya belum pernah terjadi sebelumnya (Croteau, 2003:343). Dengan ekspansi dan perluasan konglomerasi media, perdebatan tentang dampak, efek dan pengaruh globalisasi telah membagi dunia menjadi bagian pusat dan pinggiran (Eijaz & Ahmad, 2011:100-101).

Dunia pusat dan pinggiran ini sejalan dengan postulat yang dikatakan oleh Immanuel Wallerstein (1974:229-233) dalam teori sistem dunia yang dapat digunakan untuk membantu memahami berbagai dimensi dalam globalisasi media. Ia menyebutkan terdapat tiga klasifikasi negara berdasarkan pemanfaatan teknologi yang terlibat dalam komunikasi global yaitu negara pusat/inti (*core nations*) yang dilengkapi dengan teknologi modern, negara semi pinggiran (*semi-peripheral nations*) yang tergolong ke dalam negara usia transisi dan berjuang keras untuk mendapatkan akses ke teknologi modern, dan negara pinggiran (*peripheral nations*) yang terdiri dari negara-negara dengan tingkat teknologi dan informasi yang rendah.

Dalam arti lain yang lebih sederhana, teori tersebut bermaksud mengatakan ada tiga tipologi negara di dunia yaitu negara maju, berkembang, dan negara terbelakang. Teori ini merupakan model fungsional dari arus global informasi, barang, dan jasa dari negara-negara maju/inti (misalnya, AS, Uni Eropa, Jepang) ke negara-negara sedang berkembang/semi-perifer (misalnya, Meksiko, Brasil, Timur Tengah, Asia) dan negara-negara terbelakang/perifer (misalnya, sebagian besar Afrika , Amerika Latin, Asia). Merujuk pada hal tersebut, maka dominasi, monopoli, hegemoni negara maju terhadap negara berkembang dan terbelakang semakin nyata karena dimungkinkan oleh teknologi modern yang dimilikinya (Croteau, 2003:343; Eijaz & Ahmad, 2011:101; Jan, 2009:67). Singkat kata, globalisasi media yang terpusat pada negara-negara maju terutama negara-negara Barat adalah keniscayaan yang secara sengaja ataupun tidak disengaja, langsung ataupun tidak langsung,

cepat ataupun lambat akan sampai dan mempengaruhi situasi media dan unsur-unsur vital lainnya pada negara-negara "lemah" yang disasarnya.

Terdapat tiga titik masuk utama yang dapat digunakan untuk melihat pengaruh yang ditimbulkan oleh globalisasi media di antaranya kontrol dan kepemilikan media, konten media, dan konsumsi/penggunaan media. *Pertama*, globalisasi media massa telah menyebabkan industri media global terkonsentrasi pada satu titik yang kepemilikan dan kontrol medianya tetap berakar pada beberapa negara kaya dunia (Croteau, 2003:343; Jan, 2011:68). Konglomerasi mengambil tempat dalam hal ini, yaitu kondisi yang menunjukkan berbagai usaha yang berada di bawah satu kepemilikan. *Kedua*, pendominasian tidak hanya pada kontrol dan kepemilikan semata, tetapi juga pada produksi produk media pada skala global. Konsumen mungkin tidak mengetahui bahwa setiap produk yang mereka beli berasal dari perusahaan yang berbeda tetapi berada pada satu jaringan yang sama yang disebut dengan perusahaan jaringan multinasional atau transnasional yang tersebar dari satu negara ke negara lain untuk mengumpulkan keuntungan yang berlipat. Konten yang diproduksi juga didominasi oleh produk media barat yang membawa budaya barat bersamanya dan telah menyebabkan imperialisme budaya yang nyata (Croteau, 2003:348,355; Tomlinson, 2003:273; Tomlinson:1991). *Ketiga*, tidak hanya kepemilikan dan produksi yang terkonsentrasi di negara-negara kaya, tetapi juga konsumsi media yang mayoritas menyasar segmentasi golongan orang kaya dari populasi dunia, sedangkan golongan orang dengan sumber daya minim akan kesulitan menikmatinya dengan optimal karena pola kesenjangan konsumsi media ini mengikuti pola kesenjangan ekonomi yang terjadi secara global (Croteau, 2003:367).

Globalisasi media yang dicirikan dengan kepemilikan dan kontrol, konten serta pola konsumsi yang cenderung homogen dan terpusat pada negara maju khususnya negara Barat, hampir pasti membawa paham imperialisme budaya di baliknya, yang secara hakikat, ideologi ini mengupayakan paham kapitalisme dan liberalisme barat tersebar di seluruh penjuru dunia yang pada gilirannya dapat berakibat pada pelemahan kemurnian nilai-nilai budaya tradisonal yang dimiliki dan diyakini oleh negara tertentu. Pelemahan tersebut ditakutkan karena semakin jelas bahwa globalisasi media tidak hanya menghasilkan budaya global yang akan menjadi semakin homogen dari waktu ke waktu,

tetapi juga membawa perdebatan yang kompleks dan berkelanjutan antara integrasi dan fragmentasi budaya, atau antara homogenisasi dan heterogenisasi budaya, serta dan mengikis identitas lokal-nasional yang dimiliki suatu negara khususnya negara-negara yang terkategorikan belum maju atau mapan—menjadikan mereka terpukau dan berbondong-bondong mengikuti budaya asing dan mulai meninggalkan warisan budaya sendiri yang mungkin lebih sesuai bagi kehidupannya (Ang, 2007:8-9; Heinrich, 2011:2-3).

Institusi media yang diharapkan dapat menjadi agen sosial-budaya yang berkontribusi besar bagi pengembangan dan pelestarian identitas budaya lokal-nasional kelihatannya sangat mungkin terseret ke dalam pusaran globalisasi dan imperialisme budaya yang tidak berkesudahan. Konsekuensi yang paling nyata adalah tingginya animo dan ketertarikan media nasional khususnya media penyiaran seperti televisi untuk mengangkat pesan-pesan identitas global yang ditunjukkan dengan program atau tayangan yang berbau modernisasi dan imperialisme barat tetapi masih rendah menghadirkan program atau tayangan yang menunjukkan perhatiannya pada pesan-pesan identitas lokal-nasional. Salah satu alasannya adalah ekonomi -- selama tekanan dan kebutuhan ekonomi masih (dianggap) menjadi kebutuhan wajib dan utama bagi media di atas kepentingan lainnya (edukasi, sosial dan budaya), maka selama itu pula kapitalisme dan liberalisme barat menemukan tempatnya untuk berkembang (Croteau, 2003:343; McQuail, 2005:218; Siregar, 2008:95-96).

"Think Globally, Act Locally"

Merujuk pada implikasi globalisasi media dan imperialisme budaya dan yang cenderung menguatkan adidaya negara-negara Barat atas negara-negara non-Barat, maka dipandang perlu adanya jalan tengah untuk menengahi permasalahan tersebut. Salah satu jalan tengah yang dinilai sebagai tawaran alternatif nan solutif adalah dengan mendorong sinergi antara budaya global dan budaya lokal-nasional yang dikenal dengan konsep glokalisasi.

Menurut *The Oxford Dictionary of New Words* (1991, 134), istilah "*Glocalisation*" dibentuk dari dua kata yaitu "*Global*" dan "*Local*". Gagasan glokalisasi terinspirasi oleh model "*Dochakuka*" Jepang (yang diambil dari kata "*Dochaku*" yang berarti hidup di tanah tanah

sendiri) yang awalnya adalah suatu prinsip adaptasi teknik pertanian tertentu untuk dilakukan pada kondisi setempat, tetapi kemudian juga diterapkan dalam bisnis Jepang untuk lokalisasi global, pandangan global yang disesuaikan dengan kondisi lokal http://www.britannica.com/EBchecked/topic/1927789/glocalization, diakses pada 26 Desember 2014). Istilah ini kemudian menjadi jargon bisnis yang populer selama tahun 1980 di Jepang hingga bertransformasi menjadi konsep populer di ranah akademis khususnya ilmu sosial oleh sosiolog Roland Robertson sekitar tahun 1990-an (Robertson, 2012:194).

Gagasan glokalisasi secara sederhana menekankan ide bahwa produk budaya global cenderung lebih mudah diterima jika diadaptasi sesuai dengan kondisi dan keinginan khusus dari sudut pandang budaya lokal (http://www.open.edu/openlearn/money-management/management/business-studies/managing-local-practices-global-contexts/content-section-2.4, diakses pada 26 Desember 2014). Dalam konteks ini, argumen yang paling penting adalah bahwa kebutuhan global dan lokal tidak harus selalu berlawanan atau dipertentangkan tetapi juga dapat dilihat sebagai proses relasional dan timbal balik yang yang saling terkait secara dinamis dan formatif. Singkatnya, global dan lokal adalah pesaing yang saling melengkapi, "makan" dari satu sama lain karena masing-masing berjuang untuk menancapkan pengaruh (Kraidy, 2003:38).

Global bukan merupakan bagian yang eksklusif ataupun inklusif dari lokal. Sebaliknya, apa yang sering disebut dengan lokal sebenarnya adalah bagian yang tergabung dalam konsepsi fleksibel global. Dalam paham globalisasi yang seringkali didefinisikan dalam arti yang paling umum sebagai tindakan kompresi dunia secara keseluruhan, sedianya turut melibatkan jaringan lokal yang ada di dalamnya. Pada saat yang sama, globalisasi setidaknya berkontribusi pada penemuan lokalitas yang dalam arti yang lebih luas berkontribusi pada penemuan budaya/tradisi (Robertson, 2012:200). Dalam hal ini, globalisasi dan lokalisasi telah membuka celah untuk dipertemukan dalam konsep glokalisasi yang dialektik.

Bagaimanapun juga, konsep glokalisasi masih menuai kritik karena tidak dapat menghadirkan model yang tegas dan rinci tentang bagaimana pembagian atau pendistribusian yang merata antara nilai global dan lokal. Adanya dominasi dari salah satu nilai terhadap nilai yang lainnya adalah kemungkinan yang masih bisa terjadi ketika kedua nilai tersebut

dipersilangkan. Bila dominasi terjadi, maka sekali lagi, hanya ada pemenangan atas nilai yang dominan terhadap nilai yang subdominan. Jika sudah demikian, lagi-lagi imperialisme adalah ujung akhirnya.

Oleh karena itu, dalam proses persilangan dan adaptasi ini, media dituntut agar tidak sekedar mengadaptasi nilai global ke dalam nilai lokal tanpa melalui keputusan yang telah ditimbang secara matang dan seksama, tetapi juga mengupayakan agar nilai lokal tidak tersingkir oleh nilai global. Meskipun cukup normatif dan utopis, tetapi media sedapat mungkin harus menggunakan otonomi yang dimilikinya sebagai institusi sosial-budaya yang mempunyai tanggung jawab besar kepada masyarakat, bangsa dan negara. Jargon "*think globally, act locally*" diharapkan dapat menjadi motor penggerak semangat media dalam pengokohan identitas lokal-nasional di tengah maraknya susupan identitas global yang ada.

Konteks Indonesia: Kaya Budaya, Kaya Masalah?

Penolakan terhadap globalisasi media dan imperialisme budaya barat semakin meningkat di negara-negara berkembang di kawasan Asia seperti Indonesia, Malaysia, Singapura, dan India. Terlebih setelah perusahaan media transnasional yang bergerak di bidang penyiaran jaringan TV satelit dan TV kabel berbondong-bondong menggerogoti pasar Asia yang berisi sekitar hampir dua pertiga dari populasi dunia (Banerjee, 2002:517). Penolakan ini ditunjukkan sebagai sikap anti westernisasi yang mulai menguat seiring dengan dominasi media barat (sebagian besar Amerika) terhadap seluruh aspek kehidupan masyarakat di seluruh dunia (Tomlinson, 1991). Fenomena ini dianggap membangkitkan kisah suram masa silam yang diakibatkan oleh kolonialisme negara-negara Barat (Eropa dan Amerika) terhadap negara-negara non-Barat (Asia dan Afrika) yang hingga saat ini belum sepenuhnya dapat dilupakan (Ang, 2007:3; Said, 1993:8).

Media penyiaran nasional di negara-negara Asia, khususnya negara-negara yang mempunyai tingkat pluralisme budaya yang tinggi seperti Indonesia, Singapura, dan Malaysia, selama beberapa dekade telah dikontrol ketat oleh pemerintah guna meminimalkan susupan-susupan budaya asing yang dapat mengganggu identitas budaya nasional. Karena identitas bersama mendefinisikan keanggotaan dalam komunitas politik dan karena ketahanan sosial dan rasa memiliki sangat penting untuk proses pembangunan suatu bangsa dan negara, maka

penelusuran identitas nasional tentu harus menjadi salah satu tugas yang paling mendasar yang dihadapi setiap pemerintah (Mutalib dalam Banarjee, 2002:524). Dalam konteks ini, tugas pokok yang dihadapi oleh pemerintah secara umum dan media secara khusus adalah merumuskan kebijakan dan strategi untuk menyatukan berbagai etnis, bahasa dan komunitas budaya ke dalam lingkup satu bangsa.

Indonesia yang termasyur dan menimbulkan decak kagum dari dunia internasional karena keragaman budaya nusantara yang dimilikinya tampaknya tidak semasyur yang dibayangkan mengingat kompleksnya kendala yang dihadapi dalam upaya menjaga dan melestarikan budaya yang beragam tersebut. Tidak hanya karena globalisasi dan imperialisme budaya sebagai faktor eksternal yang menggerogoti, tetapi kendala-kendala tersebut juga berasal dari internal bangsa seperti keragaman budaya nusantara itu sendiri, posisi dan peran media yang tidak kuat, dan campur tangan pemerintah sebagai pemegang kekuasaan tertinggi yang cenderung tidak tegas.

Pertama, pluralisme Indonesia yang tersebar di seluruh wilayah nusantara adalah kekayaan budaya yang sulit disamakan dengan negara-negara lain di dunia. Tetapi di balik itu, budaya yang berlimpah ruah tersebut bila dikoleksi dan disatukan ke dalam satu album yang diberi judul budaya nusantara, maka sangat mungkin menimbulkan kebingungan untuk menentukan budaya yang mana yang sebaiknya menjadi satu identitas bangsa. Dari sini, akan muncul pilihan, apakah memilih salah satu budaya sebagai identitas utama bangsa tetapi dengan konsekuensi akan menimbulkan superioritas budaya yang terpilih sedangkan meninggalkan kecemburuan budaya hingga disintegrasi bangsa bagi yang terabaikan, atau merangkul semuanya tetapi sulit menjaga keharmonisannya?

Pilihan dilematis ini yang barangkali selalu dihadapi pemerintah maupun institusi media massa, apalagi ketika harus menjatuhkan pilihan pada pilihan yang benar-benar tepat. Akhirnya, akan muncul sebuah metafora, kaya budaya, kaya masalah, tetapi miskin budaya, miskin identitas. Akibatnya, globalisasi dan imperialisme budaya akan dengan mudah masuk dan memukul jatuh satu per satu identitas budaya yang "bingung" tadi.

Kedua, institusi media massa Indonesia khususnya televisi acapkali menolak "pusing" memikirkan krisis identitas budaya nusantara yang

dihadapi Indonesia—padahal krisis ini terjadi salah satunya disebabkan karena abainya ia untuk turut serta membantu melestarikan budaya nusantara melalui produk media yang dihasilkannya. Fenomena "apatisme" media ini bisa diamati dari segi kepemilikan dan konten media yang marak hari ini. Bukan rahasia lagi bahwa sebagian besar media pertelevisian Indonesia didominasi oleh televisi komersial (yang dimiliki oleh mereka yang berafiliasi dengan partai atau ormas politik) dan hanya satu tersisa televisi publik. Hal ini turut berpengaruh linear pada konten media yang ditayangkan, selain kerap ditunggangi kepentingan politis pemilik, tayangan yang disiarkan lebih banyak berorientasi *rating* dan profit daripada orientasi informasi dan edukasi masyarakat (Sendjaja dalam Noeradi, 2008:458).

Penonjolan budaya materialistis, hedonisme, gaya hidup mewah, menjamurnya tayangan adaptasi dari Amerika, Korea, dan India, dan program-program hiburan lainnya yang cenderung seragam dan tidak mendidik adalah makanan sehari-hari yang diberikan televisi komersial kepada pemirsanya. Semakin ironis, sudah tidak lagi terdapat pemisah yang jelas antara televisi komersil dan televisi publik, karena belakangan, lembaga penyiaran publik seperti TVRI pun akhirnya ikut-ikutan menonjolkan tayangan-tayangan dengan motivasi meraih *rating* tinggi agar dapat menarik iklan sebanyak-banyaknya (Sudibyo, 2004:317).

Di samping itu, tayangan media dinilai mendorong terciptanya *stereotype* pencitraan yang tidak adil terhadap budaya-budaya yang ada di Indonesia. Budaya selain Jawa (yang dianggap dominan) dinilai sebagai budaya minoritas yang dalam peliputannya kurang terekspos atau mungkin tereskspos tetapi tidak lebih baik. Hal ini mungkin cukup masuk akal karena keseluruhan media penyiaran yang ada khususnya televisi yang bersiaran nasional berpusat di Jakarta (Jawa) sehingga kecenderungan "Jakarta-sentris" atau "Jawa-sentris" akan dominan. Ditambah lagi dengan kurangnya minat televisi nasional atau televisi publik untuk mendukung dengan membeli konten penuh atau membeli hak siar konten budaya lokal/daerah yang diproduksi oleh televisi lokal karena alasan kurang menarik minat pemirsa—selain masih terkendala kurangnya kuantitas maupun kualitas televisi lokal di daerah-daerah yang ada di Indonesia. Berbeda halnya dengan budaya luar yang mendapat ekspos yang cenderung lebih baik dan lebih besar daripada identitas budaya sendiri, padahal budaya asing tersebut belum tentu sesuai dan

bermanfaat bila diaplikasikan pada masyarakat.

Institusi media khususnya (pemilik) televisi harusnya sadar bahwa mereka adalah agen aktif yang tidak hanya memasok berita/tayangan tetapi juga membentuk pendapat, sikap dan keyakinan masyarakat khususnya dalam proses globalisasi (Babran, 2008:217; Embong, 2011:19). Memang, media dan orang-orang yang menjalankannya tidak hanya di Indonesia, bahkan di kebanyakan negara, tidak mampu netral seperti apa yang diekspektasikan oleh masyarakat akademik dan mungkin juga masyarakat luas, meskipun begitu, mereka mempunyai tanggung jawab sosial yang diemban dan hal itu akan terus melekat selama ia belum berganti menjadi institusi bisnis atau politik (Shoemaker & Reese, 1996:215-216; Siregar, 2000:188).

Ketiga, terkait dengan aturan dan kebijakan yang mengikatnya, media dapat dipandang sebagai institusi internal dan eksternal (McQuail, 2005:235). Sebagai institusi internal yang formal, media mempunyai aturan, prosedur, dan manajemen organisasi yang dibuatnya sendiri sebagai regulator dan panduan seluruh kegiatan kemediaannya. Sedangkan secara informal ia mempunyai kode etik dan profesionalisme dalam menjalankan semua proses kegiatan produksi dan distribusi pesan. Dikatakan sebagai institusi eksternal ketika media massa secara formal terikat dengan aturan hukum yang jelas yang diatur oleh badan hukum yang sah, dan secara informal ia terpengaruh atau terhubung dengan kegiatan publik. Dari tata aturan tersebut, jelas bahwa media mempunyai struktur pengaturan yang cukup jelas memandu apa yang sebaiknya dan tidak sebaiknya dilakukannya terutama menyangkut dengan kepentingan publik. Sedianya, aturan yang ada dioptimalkan untuk menghasilkan produk media yang memperkuat fungsi sosial-budaya yang dimilikinya -- fungsi sosial seperti fungsi pengawasan, korelasi, sosialisasi, interpretasi, dan hiburan harus dikaji kembali sehingga dalam pelaksanaannya dapat benar-benar digunakan untuk sebesar-besar kebaikan bersama (Shoemaker & Reese, 1996:25-27; Dominick, 2010:30-38; McQuail, 2005:97-98). Media dituntut memanfaatkan *self-regulatory* dan *self-censorship* yang dimilikinya terkait dengan mengatur dan menyensor paham imperialisme budaya dengan ketat dan melakukan penguatan identitas budaya nusantara secara berkesinambungan.

Dalam rangka merangsang media menjalankan posisi dan perannya sebagai institusi yang memperkuat dan melestarikan identitas

budaya nusantara, pemerintah sepatutnya turut mendukung dengan menghadirkan peraturan dan kebijakan yang tegas dan persuasif terkait dengan hal tersebut. Sejauh ini, hubungan media dan pemerintah terkesan tidak akur di luar urusan-urusan yang sifatnya non-politis atau non-ekonomis. Urusan kebudayaan hanya dilirik sebagai bentuk promosi pariwisata yang ujung-ujungnya pada input ekonomi semata. Budaya seakan belum menjadi kesadaran pemerintah jika budaya tidak mendatangkan uang -- budaya dikomodifikasi sehingga mendatangkan profit (Mosco, 2009:129, 132). Pemerintah bisa memberikan apresiasi atau penghargaan kepada media nasional yang konsisten melakukan upaya-upaya pelestarian identitas budaya nusantara dengan harapan semakin memacu peningkatan kinerja media sebagai institusi sosial-budaya. Sebaliknya, pemerintah melalui lembaga-lembaga formal di bawahnya seperti komisi penyiaran, dewan pers, aliansi jurnalis, dll secara bersama-sama mengawasi kinerja media dan memberikan sanksi yang tegas (kalau perlu sanksi hukum) bila berjalan tidak sesuai koridor yang ditetapkan. Kebijakan media dan pemerintah pada beberapa titik ada baiknya dipertemukan sehingga bersinergi optimal dalam memperkuat identitas budaya nusantara.

Secara keseluruhan, globalisasi yang dihadapi oleh media Indonesia secara khusus dapat dipandang sebagai tantangan sekaligus peluang yang bila dikelola dengan bijak dan melibatkan seluruh komponen maka bukan tidak mungkin dapat memperkuat identitas nusantara dan global sekaligus.

Penutup

Mempertarungkan antara identitas budaya global dan budaya lokal-nasional adalah pertarungan yang sengit karena akan terus bergulir sampai pada tidak ditemukannya lagi energi perlawanan dari masing-masing entitas. Budaya global yang dibawa melalui proses globalisasi menjadi budaya yang cakupannya melampaui lebih dari satu atau dua unsur penting yang menopang kehidupan, mulai dari politik, ekonomi, sosial, budaya, dan teknologi, seluruhnya berbaur menjadi satu budaya universal yang seragam.

Berseberangan dengannya, konsep nasionalisme muncul dengan membawa budaya nasional pada tingkat mikro hingga makro melebihi apa yang cenderung dihilangkan dari konsep globalisasi. Menurut konsep

ini, budaya nasional adalah kekayaan identitas yang menjadikan suatu negara mampu kuat berdiri dan berkarakter. Oleh karena budaya nasional yang dimiliki oleh suatu negara berbeda dengan yang dimiliki oleh negara lainnya, maka budaya nasional harus dipelihara dan diperjuangkan agar tidak punah. Negara tidak bisa kehilangan budayanya, karena kehilangan tersebut sama saja dengan kehilangan identitas yang paling berharga.

Media massa di tengah pertentangan budaya lokal dan budaya global ini turut mengambil bagian yang penting karena ia tidak hanya menjadi saluran yang memediasi proses komunikasi semata, tetapi juga menjadi saluran yang dapat membawa ideologi tertentu yang sedikit banyak dapat mempengaruhi khalayaknya. Media dinilai dapat menjadi agen yang berpihak pada budaya global atau budaya lokal, bergantung pada bagaimana media memposisikan dirinya menghadapi fenomena tersebut. Bukan pilihan yang mudah memang, mengingat pengaruh yang ditancapkan oleh globalisasi ataupun nasionalisme terhadap kesadaran pentingnya budaya global ataupun budaya lokal-nasional cenderung berat sebelah. Hal ini bisa dibuktikan dari kecenderungan negara-negara berkembang yang dulunya adalah bekas kolonialisme barat, seperti kebanyakan Asia dan Afrika, yang medianya terus berjuang mengupayakan penyatuan keberagaman budaya sebagai satu budaya yang disebut budaya nasional setelah masa penjajahan.

Riwayat penjajahan yang dialami oleh sebagian besar negara berkembang mungkin adalah salah satu alasan mengapa globalisasi menjadi momok yang ditakuti. Globalisasi yang membawa budaya global yang didominasi budaya barat adalah bentuk kolonialisme baru yang jika tidak segera diputus mata rantainya akan dengan mudah menjalar kepada imperialisme budaya. Sisi buruknya adalah kembalinya penjajahan budaya Barat atas budaya non-barat.

Hal tersebut yang juga dialami oleh Indonesia. Tidak melulu menyoal protes anti-globalisasi dan imperialisme budaya barat, media massa Indonesia tampaknya juga dibayangi oleh masalah sederhana tentang menyatukan pluralisme, kepemilikan dan konten media yang cenderung pro-budaya global khususnya kapitalisme dan liberalisme, kebijakan media yang tidak dioptimalkan serta lemahnya sinergi yang tercipta antara media dan pemerintah dalam memperjuangkan keberadaan dan ekspos identitas budaya nusantara di media nasional. Hanya ada dua kemungkinan, media akan memperkuat identitas budaya

nusantara atau justru melemahkannya, media membangkitkan semangat nasionalisme atau menguburnya dengan dalam-dalam.

Sekelumit masalah budaya dan media yang dihadapi oleh Indonesia di era globalisasi tampaknya menjadi tanggung jawab yang harus dipikul bersama, tidak hanya oleh media dan pemerintah. Media nasional patut membawa semangat nasionalisme tetapi juga tidak buta terhadap globalisasi, berbuat untuk bangsa dengan berorientasi global adalah bagian yang harus terus diupayakan oleh media. Keberpihakan media yang sejauh ini cenderung melanggengkan kepentingan ekonomi yang sejalan dengan budaya kapitalisme global sudah seharusnya diubah menuju keberpihakan pada kepentingan sosial-budaya.

Daftar Pustaka

Ang, I. 2007. *Desperately Guarding Borders: Media Globalization, Cultural Imperialism, and the Rise of Asia*. E-Compos (Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação1-20*)*, 1-20.

Ariely, G. 2012. *Globalisation and the Decline of National Identity? An Exploration Across Sixty-three Countries.* Nations and Nationalism 18 (3), 461–482.

Babran, S. 2008. Media, Globalization of Culture, and Identity Crisis in Developing Countries. International Communication Studies, XVII (2), 212-221.

Banerjee, I. 2002. *The Locals Strike Back? Media Globalization and Localization in the New Asian Tevelision Landscape*. The International Journal for Communication Studies, 64 (6), 517-535

Castells, M. 1997. *The Power of Identity, the Information Age: Economy, Society and Culture, Vol. II.* Cambridge, MA; Oxford, UK: Blackwell.

Croteau, D. & Hoynes, W. 2003. *Media/society: Industries, Images, and Audiences (3rd ed.)*. London: Pine Forge Press

Dominick, J.R. 2011. *The Dynamic of Mass Communication: Media in Transition (11th ed.)*. New York: McGraw-Hill.

Durham, M.G., & Kellner, D.M (eds.). 2006. *Media and Cultural Studies: Keyworks (Rev. ed.)*. London: Blackwell Publishing.

Eijaz, A. & Ahmad, R.E. 2011. *Challenges of Media Globalization for Developing Countries*. International Journal of Business dan Social Science, 2 (18), 100-105.

Embong, A.R. 2011. *The Question of Culture, Identity and Globalisation: An Unending Debate*. Kajian Malaysia 29 (1), 11-12.

Giddens, A. 1990. *The Consequences of Modernity*. Stanford, CA: Stanford University Press.

Griswold, W. 1994. *Cultures and Society in A Changing World*. London: Pine Forge Press.

Hawkins, M. 2006. *Global Structures, Local Structures*. Oxford, UK: Oxford University Press.

Heinrich, C.D. 2011. *Cultural Imperialism versus Globalization of Culture: Riding the Structure-Agency Dialectic in Global Communication and Media Studies*. Sociology Compass, 1-13

Held, D., McGrew, A.G., Goldblatt, D., & Perraton, J. 1999. *Global Transformations: Politics, Economics and Culture*. Cambridge: Polity Press.

Ibrahim, Z. 2004. *Globalization and National Identity: Managing Ethnicity and Cultural Pluralism in Malaysia : Growth and Governance in Asia*. Asia Pacific Center for Security Studies (AP SS), 115-136.

Jan, M. 2009. *Globalization of Media: Key Issues and Dimensions*. European Journal of Scientific Research, 29 (1), 66-75.

Kraidy, M. M. 2012. *Glocalisation*. Journal of International Communication, 9 (2), 29-49.

McQuail, D. 2005. *McQuail's Mass Communication Theory (3rd ed.)*. London: Sage Publications.

Murray, W.E. 2005. *Geographies of Globalization*. London: Routledge.

Mosco, V. 2009. *The Political Economy of Communication*. London: Sage Publications.

Pieterse, J.N. 1994. *Globalization as Hybridization*. International Sociology, 9 (2), 161-184

Robertson, R. 1992. *Globalization: Social Theory and Global Culture*.

London: Sage Publications.

Robertson, R. 2012. *Globalisation or Glocalisation*. Journal of International Communication, 18 (2), 191-208.

Ruigrok, W. & van Tulder, R. 1995. *The Logic of International Restructuring*. London: Routledge.

Said, E. 1993. *Culture and Imperialism*. London: Chatto & Windus.

Sendjaja, S.D. 2008. *Akuntabilitas Sosial Media Massa*. Dalam Wisaksono Noeradi (Ed.), *75 Tahun M. Alwi Dahlan: Manusia Komunikasi, Komunikasi Manusia* (458-474). Jakarta: Penerbit Buku Kompas.

Shoemaker, P. J. & Reese, S. D. 1996. *Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content (2nd ed.)*.New York: Longman.

Siregar, A. 2008. *Institusionalisasi dan Format Media*. Diperoleh dari *Website* Ashadi Siregar: http://ashadisiregar.files.wordpress.com/2008/08/06_format-media.pdf

Siregar, A. 2000. Media Pers dan Negara: Keluar dari Hegemoni. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, 4 (2)*, 171-196

Smith, A.D. 2001. *Nationalism: Theory, Ideology, History*. Cambridge: Polity Press.

Sudibyo, A. 2004. *Ekonomi Politik Media Penyiaran*. Yogyakarta: PT. LKiS Pelangi Aksara.

Suryadinata, L. 2000. *Nationalism and Globalization: East and West*. Singapura: Institute of Southeast Asian Studies.

Tulloch, S. (ed.). 1991. *The Oxford Dictionary of New Words*. Oxford: Oxford University Press.

Tomlinson, J. 1991. *Cultural Imperialism: A Critical Introduction*. London: Pinter Publishers.

Tomlinson, J. 2003. *Globalization and Cultural Identity*. Diperoleh dari: https://www.polity.co.uk/global/pdf/GTReader2eTomlinson.pdf (Diakses pada 26 Oktober 2014).

Van Dijk, J.A.G.M. 2006. *Network Society: Social Aspects of New Media (2nd ed.)*. London: Sage Publications.

Waters, M. 2001, *Globalization (2nd ed.)*. London: Routledge.

Wang, Y. 2007. *Globalization Enhances Cultural Identity*. Intercultural Communication Studies XVI (1), 83-86.

Wallerstein, I. 1974. *The Modern World-System I: Capitalist Agriculture and the Origins of the European World-Economy in the Sixteenth Century*. New York: Academic Press.

Internet

Blatter, Joachim. (20 Mei 2013). Glocalization. Diperoleh dari: http://www.britannica.com/EBchecked/topic/1927789/glocalization (Diakses pada 26 Desember 2014).

Kohn, Hans. (6 November 2014). Nationalism. Diperoleh dari: http://www.britannica.com/EBchecked/topic/405644/nationalism (Diakses pada 24 Desember 2014).

____________________. (n.d). Managing local practices in global contexts. Diperoleh dari: http://www.open.edu/openlearn/money-management/management/business-studies/managing-local-practices-global-contexts/content-section-2.4 (Diakses pada 26 Desember 2014).

Sojourners' Adaptation Process: Communication Factors to Succeed

Titi Nur Vidyarini

Introduction

Human beings created culture and in return are defined by culture. Culture, according to Samovar and Porter (1994:11) is a "complex, abstract, and pervasive matrix of social elements which functions as an all-encompassing form or pattern for living by laying out a predictable world in which an individual is firmly oriented." Interculture is defined as the dialogue which happens between participants of two or more cultures. Dialogue means there is a process of communication which connects the participants. Cross-culture communication studying and comparing acts of communication which take place in a two ore more cultures. Communication by itself is an act of culture and culture is the essence of the communication act (Kress, 1988:10).

In the realm of globalization, the immediate interaction between cultures is inevitable. Technology, economy, politics, and socio-cultural subjects have moved people from different nationalities closer. The process of intercultural communication continuously establishes and 'enforces' the participants to adapt to a new situation. International students, in particular, have been the active participants of cross-cultural communication, in the sense that they experience the diversity first hand.

As a migrant moving temporarily outside his/her country, the international student is the subject of changes. The changes range from the style of living, people with whom he/she meets to the process of studying. In this study, the researcher is interested in exploring the adaptation process of Asia-Pacific origin students in Western countries' universities. It is interesting to investigate the communication process, focusing on differences in principal values such as power distance, saving faces, and

uncertainty avoidances (Hofstede, 1997). The purpose of this study is to unravel, particularly, the communication process engaged in by the students and the host culture, the factors that enable the international students to cope with the new situation, and the difficulties or limitations they face in the communication process.

However, because of the restriction of time and inability of the researcher to conduct primary research, the researcher has pursued the answers through secondary research. According to Stewart and Kamins (1993:4) secondary research is the "re-analysis of data for the purpose of answering the original research question". This research process enables the researcher to synthesize the extensive data provided by other researcher in the field. The use of secondary research benefits the project, in the sense that they provide the researcher with diverse views on the subject.

In conducting this project, the researcher obtained the source of information from secondary research. Secondary research is as important as a primary research. The documents can be a valid and reliable data from previous research – in the form of scholarly journal, unpublished thesis or dissertation, books, and other relevant resources – that support the reason, process and result of the primary research. In a case study, the abundant sources can provide thick description necessary for the analysis. Secondary data is also useful for the purpose of triangulation.

Triangulation, stated by Matthison (cited in Merrigan & Huston, 2004:50), is the process by which researcher using multiple data that correlate with the object of research, the data available from the same field of research (communication) or different field examination (e.g. psychology, education, and language), this method compensate the lack of other methods.

This particular investigation captured some findings from scholarly journals and scholarly texts, such as Howard Journal of Communication, Journals of Intercultural Communications, and Journal of Educations. As a communication research, the researcher found some answers from other related field of studies, such as education, linguistics, antropology, psychology, and economic. The abundant source of information are limited to the study which incorporated the process of communication. The researcher cross examined the various information, analysed and summarised key points from the reports. Secondary data was investigated

in accordance with related theories, such as Cultural Dimension, Anxiety and Uncertainty Management theory and Culture Shock. The findings are the result of discussion, in this case, correlation and opposition between findings and the theories.

Analysis

Ting-Toomey (1999:234) suggests that there are three kinds of 'strangers' who experience a new culture; they are sojourners, refugees and immigrants. Each, she explained, varied in the adaptation process. Sojourners are people who stay temporarily in new culture, while refugees and immigrants stay permanently. Sojourners, she continued, have a "transitional stay in a new culture as they strive to achieve their instrumental goals (e.g., international students...)". Refugees and immigrants, on the other hand, have to endure the acculturation process, in which they integrate new values and norms, and develop skills which are relevant to the new way of life.

Linda E. Anderson (1994:303) proposes a model of the cultural adaptation process which involves adjustments, learning, a stranger-host relationship, a continuing process, relativity, and the requirement of personal development from the sojourner. Bochner and Furnham (cited in Anderson, 1994:295) define cultural adaptation as "a process of learning the communication skill necessary for effective social interaction in order to overcome the verbal and nonverbal communication failures that are inevitable in a strange land".

This part of the research will discuss the factors – obtained from the secondary research – which influence the adaptation process of international students with the new culture, giving emphasis on the process of communication. The findings are analysed inside the three main factors, which each will explain the sub factors inside.

The Language Barriers

Language, according to Samovar, Porter and McDaniel (2008), is one of the components of culture. Language defines how and what people think in a certain culture. International students have to learn to speak and write not in their own languages. They have to perceive their surrounding through other people language, which in any case might contain symbols or things that might not be said in their own language.

Ramsay found (cited in Andrade, 2006) that "first-year international students at an Australian university had difficulties understanding lectures in terms of vocabulary and speed, and with tutors who spoke too fast or gave too little input." This statement highlights the importance of language as the basic of communication and learning process.

Senyshyn, Warford and Chan (cited in Andrade, 2006), revealed through their research that international students with higher score in TOEFL have had a better experience and positive perception in their first encounter with the new culture. These, however, are also determined by the way the students react at the learning incidents, anxiety and uncertainty they experienced. Campbell (2004:117-118), support that result through her research that an international students who, prior to their arrival in the new country, have not passed the IELTS (International English Language Testing System) test resulted in poor English and, hence, unable to communicate with their home-stay families even for the simplest request such as what food they want to eat.

Moreover, accents or dialects of students' native languages also influence the English language they were using. Urban and Orbe (2007) in their research on international students in USA, found that a non-native accent of international students – however fluent their pronunciation were – affected how the native students regard them as fellow students, such an example was a South African student whose English was regarded as 'alien' for the host US American student. This perception was disconcerting for the non-native students in their effort to adapt. In contrast, Andrade (2006) summarized that even though language is one of the problem faced by international students, but it "may actually be culturally based ways of seeing the world."

These findings proposed the importance of language as a vital means of communication. Language consists of symbol, whose meaning shared by the community. Gudykunst and Kim underlined the assumption of communication as symbolic activity, "Symbols are not limited to words; they also include nonverbal displays and other objects (e.g, the flag)" (2003:5). Learning language means learning the culture as a whole, understanding concepts which available on a particular culture. This can become a problem for students whose culture might not recognized the same concepts as in the English language.

However, this barrier was also met by host students. In contrast, they have to change the style of speaking, alter them moderately and avoid informal language which might not be understood by international students. This can cause problem as the host students perceived the modes of communication as less rewarding and troublesome on their part (Dunne, 2009).

In general, language has become a particular problem, if not a gift for international students. The host countries are English speaking countries, which stress a good standard of spoken and written English. This was a particular problem in the findings. Because most International students were come from non-English background they have to make a major adjustments, such as changing the way and how they speak, which ultimately influence how they perceive the world. The problem in some cases become a blessing when the students aware of the importance of having to discipline themselves to learn the language and extra effort in academic.

The Difference in Cultural Values

Hofstede's theory about cultural dimension, which underlines the individualistic versus collectivistic culture, has given some light in understanding the cultural adaptation of international students. Research conducted by Lu and Hsu (2008:85) on international students' willingness to communicate found that willingness is influenced by several things, one of them is the difference in cultural values, such as Europecentric (individualistic) which emphasis explicit and direct style of speaking, and Asiacentric (collectivistic) value that stress' silence and harmony. American students are more keen on initiating and performing conversation than the Chinese students.

Nagao and Singhal (1993:13) found that assertiveness in communicating is viewed differently between American and Japanese students. The American students are more assertive than their Japanese fellow students, while American students tend to be active in engaging in conversation (even with the professor), the Japanese students felt obliged not to disagreed with their professor. Here, the collectivistic nature of Japanese culture encouraged the value of harmony, hence, even though Japanese has been influenced by American individualism, they are still reluctant in conducting assertive behaviors.

Other research on Korean as international students studying in Australia implies the similar finding. Korean students have a collectivistic cultural background, which put a stress on a power distance between young people and the elder and between teacher and students, however the relationship between teacher and students are developing gradually into deeper relationship like parents to their children. In this research, Choi (1997:274) found that the Korean students were dissapointed by the Australian teachers' reaction, in terms of giving freedom on the students to think and work, and "some students perceived the academics as being defensive, unhelpful, indifferent or even discriminatory, while in turn they might appear to academic staff as over demanding, passive or dependent." Furthermore, in the UK, international Ph.D students experienced "differing cultural values and communicative practices (often in multilingual situations) influenced how they designed their research studies, conducted interviews and addressed ethical issues" (Robinson-Pant, 2009).

Previous research accomodated for this research accentuate the difference shown up through the encounter between individualistic and collectivistic culture. Concur with Hofstede (1997:27) Asian students who represented the collectivistic culture show certain cultural aspect such as harmony and avoidance of conflict, study as a learning process of how to do something, and relationship over task completion. On the other hand, individualistic culture – represented by Australian teacher and American students – emphasizes on expressing themselves through verbal messages, education is a process of learning what to learn, and task oriented. Difference in cultural values can become problems, such as false perception from each participants toward each others, anxiety and the way they treat each other. Bowe and Martin (2007:3-7) coincide by identified that misinterpretation of the message that can develop in the different aspects of communication with a new culture, such as are the nature of directness and indirectness in stating something, politeness, naming and stereotyping.

Overall, the cultural dimensions give comprehension on the implication of different cultural values on the intercultural interaction. Stereotype and prejudice can eventually arise, as a result of perception and misunderstanding. Problem occured when tolerance is not in sight and misunderstanding about the different sign and symbol they displayed. In contrast, understanding from the host students that if international

students were reluctant to speak directly was derived from cultural background, while at the same time international students considered the assertiveness and casual spoken word are basically rooted in their culture, give an ease on how they should communicate.

Social Interaction and Coping Strategy

Interpersonal relationship is one of the factors influence the students' adaptation process. Its successess and failures depend on some things such as preparedness (knowing important things before going into the field), expectation (surprised by the different nature of how things might happen), anxiety (an emotional reaction toward the surrounding), enjoyment/discomfort (enjoying new things and embarassed at other things), communication (interaction, the problems encountered, and how to manage them), personality (each person has specific characteristic which influence the interaction), and cultural influence (different cultural background) (Chen and Isa, 2003:75-96).

In interacting with the new culture and people with different culture (or nation), Tan and Goh (2006:656) found that Asian and Australian students chose to mingle with their peers from the same country, and thus, resulted in the feeling of in-group and out-group. The Asian students consider Australian students as an out-group and inhibit communication process, so did the Australian students. Furthermore, Tan and Goh concluded that interpersonal relationship carry some cultural values which are different between Asian students and Australian (Western) students. In building relationship, many Chinese, Singaporean and Malaysian students perceived reciprocal and sincerity as important and only few of the Australian students (8%) in the research think the same.

Pederson, Tkachuk and Allen (2008:195-196) conducted a research on McCroskey's communication apprehension ("an individual's level of fear or anxiety associated with either real or anticipated communication with another person or persons") experienced by American and Indian students in their interaction. The finding concluded that with the frequent encounter on certain communication situation (such as public speaking, group discussion, etc), the lesser the possibility of the participants to experience communication apprehension in the future. The thought that considers communication as important also support the communication interaction.

The frequent encounter between international students and host students, in some way, can create a chain of friendship. Kudo and Simkin (2003) discovered that the friendship formation which happens – at the initial contact between international students and host students – was caused by propinquity and appropriate self disclosure. The participants of the relationship can become friends when a proper interactions with elements such as openness, perceiving others as unique, and emotional aspect are present. In contrast, engage in conversation with a 'stranger' – in this case between international students and host students – with a high degree of self disclosure is deem as inappropriate (Weisel & King, 2007).

Furthermore, Brown and Holloway (2007) excerpt some of the problem or stress met by international students at initial stage of adapting such as nervousness, feeling adrift, excited, homesick, depressed, dissatisfied, loneliness, stress and inability to sleep. This finding goes in-line with Oberg's concept of culture shock (cited in Ward, Bochner, and Furnham, 2001:80) which comprises of, honeymoon, a phase of enjoying the initial experience; the crisis, feeling of insufficient with him/herself; the recovery, the sojourner have resolving the crisis and learning the culture;and the adjustment, this is the phase when sojourner enjoy the experience and has a cultural competence.

In order to survive, international students should be able to conduct certain coping strategies. Those strategies are but not limited to, discover cohesion with 'others' (Urban & Orbe, 2007), friendship with the host students (Andrade, 2006), reminding themselves of the main motivation or the push and pull factor of their study (Ichimoto, 2004), and having a good interpersonal social support (Ye, 2006). These coping strategies associated with the anxiety-uncertainty management theory by Gudykunst and Kim (2003:338-339), in managing uncertainty the participants should increase intercultural friendship, while managing anxiety by developing trust for others.

In the process of adaptation, then, the concurence of interpersonal encounter and relationship are important factors. Moreover, the findings highlighted the needs of international students to be prepared prior to the encounter, open to socialize with the host culture and be appreciative of the cultural differences. The findings also outlined the importance of acceptance from the host culture and two way communication between

the participants. This means, the adaptation process is influenced by both party involved.

Bustan, Vidyarini, Lim and Adiasih (2014) conducted a research on the Peacebuilding Process by Participants of International Community Outreach Program. They found that pre-education about the host culture prepared the students to interact with the new atmosphere, it gave opportunity for tolerance to appear. They also found that the participant's mindset, that cultural differences might appear, helped the adaptation process to gone smoothly.

Conclusion

The research concluded that the factors influenced international students' adaptation process are language, differences in values, and social interaction. Nevertheless, this research has some flaws, as the findings were acquired through secondary research. It is only able to answer the question in broad terms, unspecified case and produce bias, such as only revealing Asian students versus Western origin students. This research only captured a small part of the adaptation process, can not explain the specific style of adaptation process and can not provide further recommendation for adaptation process as the case study is really broad. However, through this study the researcher hopes to give a glimpse of the findings that can be taken into account into conducting primary research that can reveals more thorough results. Nonetheless, there are several questions to be asked from these findings such as, whether the long duration of relationship can assure that adaptation process is succeed? Or does each student has the same method of building relationship? These questions can be researched with a primary research.

Reference

Anderson, L. E. 1994. *A New Look at an Old Construct: Cross-cultural Adaptation.* [Printed Journal]. *International Journal of Intercultural Relations, 18*(3), 293 - 328.

Andrade, M. S. 2006. International students in English-speaking universities. *Journal of Research in International Education, 5*(2), 131-154. DOI: 10.1177/1475240906065589.

Bowe, H., & Martin, K. 2007. *Communication across cultures: mutual understanding in a global world.* Australia: Cambridge

Bustan, L., Vidyarini, T.N., Lim, R. & Adiasih, P. 2015. *Developing Interreligious Understanding and Peacebuilding Among Local and International Students Through Community Outreach Program in The Moslem Community.* (Presented at 5th Asia-Pacific Regional Conference on Service Learning in Fu Jen Catholic University Taipei, 27th May 2015).

Campbell, N. 2004. *Home(stay) is where the heart(ache) is: A Study of Chinese international students living with local families in New Zealand*. [Printed Journal]. *Australian Journal of Communication, 31*(2), 107-134.

Choi, M. 1997. *Korean Students in Australian Universities: Intercultural Issues*. [Online Publication]. *Higher Education Research & Development, 13*(3), 263-282. DOI: 10.1080/0729436970160302.

DeVito, J. A. 2006. *The interpersonal communication book.* USA: Pearson.

Dunne, C. 2009. Host students' perspectives of intercultural contact in an Irish university. *Journal of Studies in International Education*, *13*(2), 222-239. DOI:10.1177/1028315308329787. Retrieved August 7. 2009, from ProQuest 5000 International database.

Gudykunst, W.B., & Kim, Y.Y. 2003. *Communicating with Strangers: An Approach to Intercultural Communication*. New York: McGraw-Hill.

Ichimoto, T. 2004. *Ambivalent 'selves' in Transition: A Case Study of Japanese Women Studying in Australian Universities* [Electronic version]. *Journal of Intercultural Studies, 25*(3), 247-269. DOI: 10.1080/0725686042000315759. Retrieved August 18. 2009 from Informit APA-FT database.

Irwin, H. 1996. *Communicating with Asia: Understanding People & Customs*. NSW: Allen and Unwin.

Chen, L., & Isa, M. 2003. *Intercultural Communication and Cultural Learning: The Experience of Japanese Visiting Students in the U.S.* [Printed Journal]. *Howard Journal of Communication, 14*(2), 75-96.

Kress, G. 1988. *Communication and culture*. In G. Kress (Ed.), *Communiciation and Culture* (3rd Ed. pp.3-19). NSW: New South Wales University Press.

Kudo, K., & Simkin, K. A. 2003. *Intercultural Friendship Formation: The Case of Japanese Students at An Australian University.* [Online Publication]. *Journal of Intercultural Studies, 24*(2), 91-114. DOI: 10.1080/0725686032000165351.

Lindolf, T.R. 1995. *Qualitative Communication Research Methods*. Thousand Oaks: Sage Publication.

Lu, Y., & Hsu, C.-F. S. 2008. *Willingness to Communicate in Intercultural Interactions between Chinese and Americans.* [Online publication]. *Journal of Intercultural Communication Research, 37*(2), 75 - 88. DOI: 10.1080/17475750802533356.

Merrigan, G., & Huston, C.L. 2004. *Communication Research Methods*. USA: Thomson-Wadsworth.

Pederson, J., Tkachuk, H., & Allen, M. 2008. *How Perceived Situational Frequency and Situational Importance Affect Communication Apprehension: A Cross Cultural Analysis.* [Online Publication]. *Journal of Intercultural Communication Research, 37*(3), 189-198. DOI: 10.1080/17475750903135374.

Robinson-Pant, A. 2009. *Changing Academies: Exploring International PhD Students' Perspectives on 'Host' and 'Home' Universities. Higher Education Research & Development,* 28(4), 417-429. doi: 10.1080/07294360903046876. Retrieved August 18, 2009 from ProQuest 5000 International.

Samovar, L.A., & Porter, R.E. 1994. *Intercultural Communication: A Reader*. UK: Wadsworth

Samovar, L.A, Porter, R.E., & McDaniel, E.R. 2008. *Communication between Cultures*. UK : Wadsworth.

Schirato. T., & Yell, S. 1996. *Communication and Cultural Literacy*: an introduction. NSW: Allen & Unwin.

Singhal, A., & Nagao, M. 1993. *Assertiveness as Communication Competence: A Comparison of The Communication Styles of American and Japanese Students*. [Printed Journal]. *Asian Journal*

of Communication, 3(1), 1-18.

Stewart, David W. & Kamins, Michael A. 1993. *Secondary Research: Information Sources and Methods*. 2nd Ed. Newbury Park: SAGE Publication.

Tan, J. K. L., & Goh, J. W. P. 2006. *Why Do They Not Talk? Towards an Understanding of Students' Cross-cultural Encounters from an Individualism / Collectivism Perspective. International Education Journal, 7*(5), 651-667. Retrieved 23 September 2009, from ProQuest 5000 International.

Urban, E., & Orbe, M. P. 2007. "*The Syndrome of the Boiled Frog:" Exploring International Students on US Campuses as Co-Cultural Group Members. Journal of Intercultural Communication Research, 36*(2), 117-138. DOI: 10.1080/17475750701478695

Ward, C., Bochner, S., & Furnham, A. 2001. *The Psychology of Culture Shock* (2 ed.). London: Routledge.

Weisel, J. J., and King, P. E. 2007. *Involvement in a Conversation and Attributions Concerning Excessive Self-disclosure* [Electronic version], *Southern Communication Journal*, *72*(4), 345-354. doi: 10.1080/10417940701667639. Retrieved August 19, 2009 from PsycINFO database.

Wimmer, R.D., & Dominick, J.R. 2006. *Mass Media Research: An Introduction*. USA: Thomson – Wadsworth.

Ye, J. 2003. *An Examination of Acculturative Stress, Interpersonal Social Support, and Use of Online Ethnic Social Groups among Chinese International Students. Howard Journal of Communications, 17*(1), 1-20. DOI: 10.1080/10646170500487764.

Bagian III. Komunikasi : Budaya dan Pariwisata

Komunikasi dan Pengembangan Pariwisata Berbasis Potensi dan Kearifan Lokal

Suharsono

Pendahuluan

Dari berbagai sumber referensi, pengamatan/pengalaman dan berbagai diskusi dapat dikatakan bahwa Indonesia memiliki sumber potensi wisata yang sangat beragam. Dalam salah satu acara diskusi di Metro TV Senin malam tangal 7 September 2015 dengan tema "Mendongkrak kunjungan wisatawan ke Indonesia" antara lain juga disebutkan bahwa Indonesia memiliki potensi wisata yang kaya dan beraneka ragam. Salah satu karakter manusia Indonesia yang digambarkan oleh Mochtar Lubis yang positif adalah "suka seni". Sebagai perwujudan dari karakter ini maka banyak karya seni hasil cipta bangsa Indonesia dari Sabang hingga Merauke yang menjadi kekayaan lokal masyarkat Indonesia. Selain itu Indonesia juga memiliki kekayaan beraneka ragam sumber daya alam seperti kekayaan laut yang melimpah, pantai yang indah, hutan, danau, gunung dan satwa yang sangat beraneka ragam.

Berbagai potensi di atas jika dikelola dengan baik dan benar dengan satu kesadaran dan tekad untuk kesejahteraan masyarakat Indonesia tentu saja akan menjadi sumber penghidupan bangsa Indonesia yang mampu menyejahterakan rakyat (bangsa) Indonesia. Seperti juga dikatakan oleh Oka A Yoeti (2008:14) bahwa sektor pariwisata tidak hanya sekadar mejadi sarana untuk meningkatkan devisa tetapi juga mampu mengentaskan kemiskinan.

Selain itu menurut James J. Spillane (1989:34) dikatakan bahwa dengan adanya aktivitas pariwisata (internasional) maka mampu menggairahkan hidup budaya bangsa Indonesia. Selanjutnya dikatakan bahwa pada umumnya para wisatawan asing yang datang ke Indonesia ingin menikmati keadaan alam dan budaya yang khas Indonesia. Dengan

melimpahnya potensi wisata di hampir semua daerah di Indonesia maka seharusnya tidak ada lagi rakyat yang miskin, paling tidak mampu menjadi salah satu alternatif untuk mengurangi kemiskinan. Dengan adanya aktivitas pariwisata maka diharapkan mampu menggerakkan aktivitas sektor ekonomi lainnya.

I Putu Gelgel (2006:23) menggambrkan bahwa dalam aktivitas pariwisata sebagai industri, paling tidak ada tiga unsur penting yang terkait yaitu konsumen, produsen, dan produk wisata. Dalam konteks pariwisata konsumen adalah wisatawan atau pengunjung. Produsen dalam industri pariwisata dapat diselenggarakan oleh pemerintah, swasta maupun perorangan. Seperti juga dikatakan oleh A.J. Muljadi (2010:36) bahwa "Kekuatan inti untuk menggerakkan pembangunan kepariwisataan nasional adalah perpaduan kekuatan (sinergi) yang terdiri dari unsur-unsur dunia usaha, masyarakat (termasuk LSM, akademisi, media massa dan pekerja) dan pemerintah." Sedangkan produk wisata antara lain dapat berupa atraksi kesenian, budaya, dan daya tarik wisata lain seperti candi, keraton, musium. Selain itu juga berupa pelayanan wisata seperti tersedianya restoran, transportasi dan hotel atau penginapan.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa aktivitas pariwisata sangat terkait dengan aktivitas pendukung lainnya yang pada gilirannya mampu menggerakkan aktivitas perekonomian rakyat khususnya yang berdekatan dengan objek atau daerah tujuan wisata. Seperti dikatakan oleh Spillane (1989:52) "..... dapat disimpulkan bahwa pengembangan pariwisata merangsang tumbuhnya usaha-usaha ekonomi tertentu yang saling merangkai dan saling menunjang....". Namun demikian dari berbagai sumber dan pengamatan langsung di beberapa daerah tujuan wisata perlu diperhatikan juga bahwa dalam pengembangan pariwisata ternyata disamping memiliki dampak positif seperti digambarkan dalam uraian di atas juga dapat menimbulkan hal-hal yang bersifat negatif.

Agar pengembangan sektor pariwisata di Indonesia mampu menjadi sumber pendapatan baik bagi negara maupun masyarakat dan juga terhadap lingkungan maka perlu dikelola dengan baik dan benar. Dari berbagai sumber dapat diketahui bahwa pengembangan pariwisata dapat menimbulkan dampak yang positif maupun negatif. Seperti dikatakan oleh James J. Spillane (1989:47) bahwa pengembangan kepariwisataan bukan hanya sekadar bentuk investasi sarana prasarana suatu proyek yang menghasilkan devisa tetapi juga yang bersifat nonmoneter seperti

aspek sosial, budaya dan lingkungan. Selanjutnya digambarkan bahwa pengembangan pariwisata perlu memperhatikan berbagai aspek yang terkait dengan perusakan atau pelestarian lingkungan, pencemaran seni dan budaya dan hilangnya kepribadian bangsa.

Oka A Yoeti (2008:21-24) menggambarkan bahwa dampak negatif dari aktivitas kepariwisataan antara lain; secara ekonomi menimbulkan perubahan harga-harga baik tanah maupun makanan yang tidak terkendali, dalam bidang sosial budaya antara lain sering terjadi komersialisasi seni dan budaya, pemalsuan benda-benda budaya, "menjual" berbagai acara adat. Selain itu juga dampak negatif terhadap lingkungan hidup, misalnya pembuangan sampah yang tidak terkontrol (sembarangan), pengambilan sumber air yang berlebihan dan pengrusakan terumbu karang di laut.

Berdasarkan uraian di atas ditemukan permasalahan dalam pengembangan pariwisata di Indonesia adalah "model pengembanghan pariwisata seperti apa yang tepat untuk dikembangkan dan apa sarana pendukungnya?". Berdasarkan permasalahan ini maka paling tidak ada dua unsur penting yang perlu dijelaskan dalam makalah ini yaitu model dan sarana pengembangan pariwisata di Indonesia. Di atas telah dijelaskan bahwa hampir seluruh wilayah Indonesia memiliki potensi yang dapat dikembangkan untuk daerah tujuan wisata. Oleh karena itu dalam makalah ini penulis ingin menjelasakan pengembangan pariwisata berbasis pada potensi dan kearifan lokal sebagai model dan peran komunikasi sebagai sarana pendukung keberhasilan model pengembangan pariwisata di Indonesia.

Pembahasan

Pengembangan Pariwisata di Indonesia

Menurut Spillane, James J (1989:57) pada era pemerintahan Presiden Soeharto digambarkan bahwa pengembangan pariwisata di Indonesia didorong oleh beberapa faktor. Pertama, semakin berkurangnya peranan minyak bumi sebagai sumber pendapatan negara, kedua, merosotnya nilai eksport berbagai komoditas nonminyak; ketiga, prospek pariwisata yang cenderung meningkat dan keempat, besarnya potensi pariwisata di Indonesia. Dari gambaran di atas dapat disimpulkan bahwa pada awalnya pengembangan pariwisata lebih dilihat dari aspek ekonomi. Faktanya

perkembangan aktivitas pariwisata juga berdampak pada aspek lain seperti sosial, budaya dan lingkungan. Di sinilah perlunya memperhatikan berbagai aspek yang terkait dengan pariwisata agar pengembangan dan pengelolaan pariwisata dapat mencapai hasil yang diharapkan.

Dalam sambutan pembukaan acara Konferensi Kemiskinan dan Pemberdayaan Indonesia Indonesia Poverty Empowerment Conference (IPEC) yang berlangsung pada tanggal 14-17 Nopember 2014 di Desa Munduk, Bali, Prof. Soebroto (Suharsono, 2014) mengatakan sebagai berikut :

> "Pariwisata khususnya di Bali pada dasarnya merupakan '*engine of growth*' (pendorong ekonomi) yang tidak perlu diragukan lagi. Oleh karena itu pengembangan pariwisata di Bali sebagai salah satu model terbaik dan nyata tidak boleh menimbulkan kesenjangan yang mengakibatkan kemiskinan khususnya di Bali".

Pendapat di atas pada dasarnya menggambarkan bahwa sektor pariwisata di Indonesia dan khususnya di Bali jika dikelola dengan baik mampu menjadi "mesin penggerak" sektor atau kegiatan ekonomi masyarakat lainnya. Sebagai contoh misalnya ketika ada wisatawan yang datang ke suatu daerah tujuan wisata paling tidak mereka memerlukan tempat untuk tinggal sementara, makanan dan minuman, barang-barang cenderamata dan lain sebagainya. Selanjutnya Oka A Yoeti (2006:1) mengatakan;

> "Kita yakin bahwa pariwisata harus dan dapat menjadi salah satu kekuatan pembangunan yang dapat diandalkan. Bukankah kegiatan pariwisata itu merupakan suatu mata rantai yang cukup panjang sebagai akibat dampak positif dari *effect multiplier* yang ditimbulkannya dalam kegiatan perekonomian."

Kegiatan pariwisata memiliki dampak *multiplier,* dengan demikian dapat dikatakan bahwa jika pengembangan pariwisata dilakukan di suatu daerah maka berbagai potensi yang ada dalam masyarakat dapat digali dan dikembangkan menjadi produk wisata yang dibutuhkan oleh pengunjung yang pada gilirannya mampu menjadi sumber penghasilan masyarakat setempat melalui rangkaian kegiatan perekonomian. Selanjutnya Prof. Soebroto mengatakan sebagai berikut : "....untuk meningkatkan kemakmuran maka pariwisata harus dibangun dan dikembanghkan berdasarkan prinsip kebersamaan, gotong royong, tidak menciptakan kesenjangan baru dalam masyarakat."

Pendapat di atas pada dasarnya menggambarkan bahwa pengembangan pariwisata di Indonesia harus mempertimbangkan kepentingan berbagai pihak. Pengelolaan pariwisata tidak boleh hanya menguntungkan salah satu pihak saja sementara yang lain hanya menjadi penonton terutama adalah masyarakat sekitar daerah tujuan wisata. Dengan kata lain pengembangan pariwisata harus mampu mengangkat derajat kemakmuran masyarakat setempat, jangan sampai justru menimbulkan kesenjangan baru dalam masyarakat itu. Seperti juga dikatakan oleh James J Spillane (1989:610) bahwa "Kepariwisataan juga dimaksudkan untuk meningkatkan nasib manusia di daerah-daerah dimana pelbagai industri jasa dapat ditawarkan dan diperdagangkan."

Menurut Undang-undang No. 9 tahun 1990, pasal 2 pada dasarnya menegaskan bahwa pengembangan atau penyelenggaraan pariwisata di Indonesia dilaksanakan berdasarkan asas manfaat, usaha bersama, dan kekeluargaan, adil, dan kepercayaan pada diri sendiri (Muljadi, 2010:29). Selanjutnya dikatakan bahwa berdasarkan undang-undang tersebut yang dapat dijadikan objek dan daya tarik pariwisata adalah keadaan alam, flora dan fauna, hasil karya manusia, serta peninggalan sejarah dan budaya. Dari kutipan di atas pada dasarnya dapat disimpulkan bahwa undang-undang tersebut memberikan kesempatan yang luas bagi penyelenggara pariwisata baik pemerintah, swasta maupun perorangan untuk mengembangkan berbagai potensi yang ada pada suatu wilayah atau masyarakat. Dalam penyelenggaraan pariwisata harus berdasarkan asas manfaat, kekeluargaa, adil dan percaya pada diri sendiri.

Seperti juga dikatakan oleh Prof. Subroto, "... kita tidak perlu belajar jauh-jauh keluar negeri, *lha wong* di negeri sendiri saja banyak yang bagus-bagus. Prinsip-prionsip ekonomi yang mengedepankan 'keserakahan' individual sudah tidak cocok (relevan) lagi." Dengan demikian maka penyelenggaraan pariwisata diharapkan mampu mewujudkan peningkatan kesejahteraan bersama diantara para penyelenggara. Sebagai salah satu tempat yang dapat digunakan untuk belajar adalah Desa Munduk, Bali Utara. Di desa ini penyelenggaraan pariwisata dilakukan dengan basis potensi dan kearifan lokal. Dengan cara ini diharapkan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat (lokal) dan menjaga kelestarian lingkungan hidup yang justru menjadi penopang perkembangan pariwisata di Bali Selatan.

Sebagai contoh, dulu para petani di daerah Bali memiliki "lumbung"

sebagai tempat hasil panen terutama padi. Lumbung ini berfungsi sebagai tabungan atau cadangan sampai masa panen berikutnya. Dengan demikian ketersediaan pangan bagi masyarakat tercukupi. Dengan berjalannya waktu dan masuknya pengaruh budaya modern maka terjadi pergeseran pola hidup masyarakat. Lumbung sudah tidak banyak lagi dipergunakan sebagai tempat persediaan pangan. Banyak yang rusak atau tidak berfungsi lagi. Dengan upaya pengembangan pariwisata berbasis potensi dan kearifan lokal, lumbung-lumbung yang masih ada (tersisa) dikumpulkan lagi oleh salah satu tokoh penggerak pariwisata di Bali Utara kemudian dijadikan tempat untuk penginapan wisatawan atau pengunjung yang kemudian dikenal dengan Wisma "Lumbung".

Perencanaan Pariwisata

Penyelenggaraan pariwisata dapat berjalan dengan baik dalam pengertian mampu mencapai tujuannya bila dilakukan dengan perencanaan yang baik. Di atas telah dijelaskan bahwa potensi pariwisata di Indonesia itu tersebar diseluruh wilayah dan masyarakat dengan masing-masing kekhasannya. Secara umum, Muljadi (2009:24-25) mengatakan sasaran pengembagan pariwisata di Indonesia tidak lepas dari hubungan keseimbangan dalam kehidupan bangsa Indonesia yang meliputi; (1) hubungan manusia dengan Tuhan. Nilai-nilai agama menjadi acuan utama dalam tatanan kehidupan; (2) hubungan manusia dengan manusia sesamanya; (3) hubungan manusia dengan alam sekitarnya.

Pendapat di atas pada dasarnya menjelaskan bahwa pengembangan pariwisata di Indonesia harus memperhatikan nilai-nilai spiritualitas bangsa Indonesia. Bangsa Indonesia dikenal antara lain sebagai bangsa yang religius. Nilai-nilai religiusitas inilah yang menjadi dasar pola pikir dan tidakan/perilaku bangsa Indonesia. Selain itu bangsa Indonesia juga dikenal sebagaia bangsa yang ramah artinya suka bergaul, bersaudara, bersilaturahmi, dan menghargai orang lain. Sudah banyak orang yang menulis/mengkaji sikap keramahtamahan ini. Salah satunya adalah fenomena "mudik" pada saat lebaran Idul Fitri. Semua orang sudah tahu dan sadar betul bahwa untuk mudik itu tidak gampang. Transportasi susah dan macet, bahkan waktu tempuhnya hingga dua kali lipat dari hari-hari biasa. Selain itu harga barang-barang juga cenderung naik. Itu semua tidak menjadikan halangan karena kuatnya rasa persaudaraan dan hormat pada orang lain terutama orang tua. Bangsa Indonesia juga dikenal sebagai bangsa yang memiliki hubungan

yang sangat kuat atau dekat dengan alam lingkungannya. Bangsa Indonesia sadar betul dengan peran alam yang begitu besar bagi kehidupannya. Masih ada sebagian masyarakat yang melakukan acara ritual tertentu dan dengan berbagai aturan adat (kearifan lokal) sebagai upaya untuk menjaga kelestarian alamnya. Uraian di atas pada dasarnya ingin menjelaskan bahwa pengembangan pariwisata di Indonesia paling tidak harus memperhatikan tiga hal yaitu spiritualis (keimanan), sosial budaya dan kelestarian lingkungan.

Agar berbagai potensi pariwisata seperti telah diuraikan di atas mampu menjadi daya tarik wisata diperlukan perencanaan yang baik sehingga mampu meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat serta mampu menjaga kelestarian lingkungan hidup sebagai daya dukungnya.

Dari berbagai sumber seperti Hani Handoko (1999:77-79), James A.F Stoner (1988:134) dapat disimpulkan bahwa perencanaan pada dasarnya adalah proses menentukan atau membuat keputusan tentang (1) apa yang harus dilakukan sebagai tujuan dari aktivitas tersebut; (2) kapan kegiatan itu akan dilaksanakan; (3) bagaimana kegiatan itu dilakukan dan (4) siapa yang seharusnya melakukan. Perencanaan adalah suatu proses yang berjalan terus menerus selama kegiatan itu berlangsung. Dengan demikian perencanaan juga berfungsi sebagai alat untuk mengevaluasi proses pencapaian tujuan. Dengan proses perencanaan yang berlangsung di setiap tahap pelaksanaan suatu kegiatan maka perencanaan diharapkan dapat mengendalikan suatu kegiatan apakah terus dilakukan, diperbaiki atau bahkan perlu di - *stop*. Seperti dikatakan oleh Hani Handoko (1999:78) sebagai berikut :

> "Perencanaan adalah suatu proses yang tidak berakhir bila rencana tersebut telah ditetapkan, rencana harus diimplementasikan. Setiap saat selama proses implementasi dan pengawasan, rencana-rencana mungkin memerlukan modifikasi agar tetap berguna. .... Oleh karena itu perencanaan harus mempertimbangkan kebutuhan fleksibilitas, agar mampu menyesuaikan diri dengan situasi dan kondisi baru secepat mungkin."

Dalam praktiknya tidak semua rencana yang telah dibuat menjadi suatu keputusan ketika diimplementasikan ternyata tidak semua dapat berlangsung sesuai dengan perencanaan awal. Kadang ada situasi atau kondisi yang "memaksa" implemenatsi kegiatan itu harus di sesuaikan dengan berbagai persoalan yang ada. Disinilah pentingnya fleksibilitas

dalam suatu perencanaan. Intinya agar mampu menyesuaikan dengan keadaan atau persoalan dilapangan yang tidak dipertimbangkan pada saat membuat rencana. Fleksibilitas bukan dimaksudkan untuk melakukan. Dalam konteks pariwisata Suyitno (2001:3) mengatakan sebagai, "Perencanaan wisata pada hakikatnya adalah kegiatan untuk memberikan bayangan atau gambaran atas wisata yang akan diselenggarakan."

Dari berbagai pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa perencanan dalam pariwisata pada dasarnya sama dengan pengertian perencanaan pada konteks manajemen pada umumnya. Yang membedakan adalah objek atau aspek yang direncanakan sebagai fokus kajiannya. Selanjutnya dikatakan bahwa dalam perencanaan pariwisata ada beberapa aspek yang perlu dipertimbangkan agar implementaasi kegiatan pariwisata dapat berjalan dengan baik yaitu: (1) aspek pasar; (2) aspek sumber daya; (3) aspek produk; dan (4) aspek opersional.

Aspek pasar antara lain menyangkut kondisi pasar atau kebutuhan. Kebutuhan dalam hal ini adalah kebutuhan para wisatawan. Jika kita perhatikan kebutuhan wisatawan itu sangat beragam, antara kebutuhan wisatawan yang perorangan, keluarga, kelompok dan institusi itu sangat berbeda baik tujuan, objek maupun waktunya. Disinilah fungsi perencanaan dalam pariwisata dituntut mampu mengemas agar semua lapisan tersebut dapat terpenuhi kebutuhan wisatanya.

Aspek sumber daya meliputi dua hal yaitu sumber daya alam sebagai potensi wisata dan sumber daya manusia sebagai pengelola wisata. Berkaitan dengan potensi pariwisata, di atas telah diuraikan bahwa seluruh wialayah di Indonesia pada dasarnya memiliki potensi yang dapat dikembangkan dengan kekhasannya masing-masing. Orang atau wisatawan datang ke suatu objek wisata pada dasarnya ingin mencari suatu pengalaman khas yang tidak dapat diperoleh di tempat lain. Inilah yang menjadi salah satu kekuatan daya tarik pengunjung untuk berwisata. Aspek sarana dan prasarana dalam penyelenggaraan wisata perlu diperhatikan. Biasanya salah satu pertimbangan utama wisatawan dalam menentukan daerah tujuan wisatanya adalah sarana dan prasarana seperti kondisi jalan dan kemudahan perjalananannya (aksestabilitas), misalnya ketersediaan transportasi yang memadahi.

Selain itu aspek sumber daya manusia juga perlu dipertimbangkan. Siapa saja yang akan terlibat dalam pengelolaan objek wisata tersebut. Di sinilah perlunya aspek kerjasama dan gotong royong dalam pengelolaan

objek wisata. Dengan kerjasama ini maka seluruh persoalan dapat ditanggulangi oleh pihak-pihak yang tergabung dalam pengelolaan tersebut sehingga penyelenggaraan pariwisata dapat berjalan sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Aspek produk berkaitan dengan potensi daya tarik objek wisata. Disini perlu identifikasi berbagai potensi yang dapat dikembangkan menjadi produk wisata. Sebagai salah satu contoh misalnya objek wisata alam Setu Babakan dan kampung budaya Betawi di sekitar setu Babakan. Disamping mengembangkan Setu sebagai daerah cagar alam juga sekaligus sebagai objek wisata alam yang dikembangkan dengan memanfaatkan Setu dengan beberapa kegiatan yang dapat menarik pengunjung (wisatawan).

Misalnya terutama setiap hari Sabtu dan Minggu disediakan perahu naga yang cukup besar yang memuat sekitar 15 orang yang disewakan mengelilingi sekitar setu dengan tiket yang sangat terjangkau yaitu Rp 3.000,-. Selain itu juga menjajakan jajanan khas Betawi Dodol dan Kerak Telor. Salah satu pengolah dodol sengaja menempatkan tungku pembuat dodol di depan teras rumahnya. Dengan demikian pengunjung dapat menyaksikan proses pembuatan dodol dan sekaligus dapat ikut mencoba mengaduk dodol (Prasadja, Heru, Suharsono, Nyoman: 2014). Dengan cara pengelolaan objek wisata seperti ini maka pengunjung dapat memperoleh pengalaman khas yang tidak dapat diperoleh di tempat lain. Selanjutnya aspek operasional yang meliputi kegiatan sebelum pelaksanaan, pada saat pelaksanaan dan setelah pelaksanaan. Agar kegiatan pariwisata dapat lebih menarik pengunjung maka harus dirancang sedemikian rupa sehingga tidak monoton. Sebagai contoh dapat dibuat jadwal kegiatan apa saja yang akan ditampilkan sebagai daya tarik pengunjung.

Dengan perencanaan yang baik diharapkan mampu menyinergikan berbagai aspek yang terkait dalam penyelenggaraan wisata sehingga menjadi daya tarik wisata yang khas bagi pengunjung. Kekhasan inilah yang menjadi daya tarik utama bagi pengunjung (wisatawan). Dari beberapa sumber dapat diketahui bahwa pertimbangan wisatawan dalam mengunjungi objek wisata itu tidak hanya berdasarkan aspek ekonomi saja tetapi juga aspek sosiopsikologis. Jika suatu objek wisata diyakini memiliki kekhasan maka pengunjung tidak akan banyak mempertimbangkan berapa yang mereka keluarkan, dengan kata lain berapapun "ditawarkan" pasti akan "dibeli". Dalam beberapa kasus,

wisatawan yang berkeinginan untuk mengunjungi suatu objek wisata tertentu, rela menyisihkan pendapatannya bertahun-tahun untuk dapat mengunjungi (menikmatinya). Salah satu ciri produk wisata adalah tidak bisa dipindahkan, oleh karena itu setiap orang, kelompok yang ingin mendapatkan maka harus datang ke tempat objek wisata tersebut.

Potensi dan Kearifan Lokal dalam Pariwisata

Pengembangan pariwisata yang berbasis pada potensi dan kearifan lokal pada dasarnya adalah penyelenggaraan pariwisata yang memperhatikan seluruh kemampuan atau kekayaan alam, sosial, budaya dan alam dalam masyarakat. Berkaitan dengan potensi lokal maka banyak hal yang dapat digali dan diangkat menjadi daya tarik wisata, seperti kekayaan alam dan berbagai produk masyarakat. Berkaitan dengan kearifan lokal antara lain seperti peninggalan budaya, sejarah, kesenian dan berbagai tatanan yang masih terpelihara dan dianut menjadi suatu sistem sosial dalam kehidupan masyarakat.

Menurut Nasikun (2003:12), sistem sosial adalah, "suatu sistem daripada tindakan-tindakan yang terbentuk dari interaksi sosial berbagai individu yang tumbuh dan berkembang di atas standar penilaian umum yang disepakati bersama oleh anggota masyarakatnya." Pendapat ini pada dasarnya menggambarkan bahwa sistem sosial pada dasarnya adalah berbagai macam aturan yang dijadikan pedoman dalam tatalaku dan dianut oleh masyarakat itu. Faktanya setiap masyarakat masing-masing memiliki tatanan kehidupan sosial yang unik. Keunikan inilah yang dapat dikelola menjadi produk wisata.

Seperti dikatakan oleh Muljadi (2009:33-34) bahwa penyelenggaraan pariwisata paling tidak harus memperhatikan beberapa prinsip berikut:

a. Menjunjung tinggi norma agama dan nilai budaya sebagai pengejawantahan dari konsep hidup dalam keseimbangan hubungan antara manusia dan Tuhan Yang Maha Esa, hubungan antara manusia dan sesama manusia, serta hubungan antara manusia dan lingkungan.
b. Menjunjung tinggi hak asasi manusia, keragaman budaya dan kearifan lokal.
c. Memberi manfaat untuk kesejahteraan rakyat, keadilan, kesetaraan dan proporsionalitas.
d. Memelihara.

e. Memberdayakan masyarakat setempat.
f. Menjamin keterpaduan antar sektor, antar daerah, antara pusat dan daerah yang merupakan satu kesatuan sistemik dalam kerangka otonomi daerah, serta keterpaduan antar pemangku kepentingan.
g. Mematuhi kode etik kepariwisataan dunia dan kesepakatan internasional dalam bidang pariwisata.
h. Memperkukuh keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa penyelenggaraan pariwisata di Indonesia harus memperhatikan beberapa hal termasuk potensi dan kearifan lokal yang dikelola sedemikian rupa sehingga mampu menciptakan kesejahteraan dan keadilan, kelestarian lingkungan hidup dan menjada hubungan manusia dengan man usia, Tuhan dan alam sekitarnya.

Sebagai contoh seperti penyelenggaraan pariwisata yang dikembangkan di desa Munduk Bali Utara. Berbagai potensi lokal yang ada di desa Munduk ini di kembangkan menjadi daya tarik wisata. Perkebunan kopi dan cengkeh, sistem pertanian Subak, dikelola menjadi daya tarik wisata desa Munduk. Produk perkebunan kopi dikemas secara tradisional menjadi salah satu produk wisata unggulan. Tanaman sayur dan buah juga dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan pariwisata baik di Bali Utara dan Selatan. Sistem pertanian Subak tetap dijaga sebagai salah satu keunggulan produk wisata budaya yang diakui dunia. Pembangunan sarana penginapan tidak dibangun dengan mendirikan hotel-hotel besar dengan modal besar yang dikelola oleh pihak "ketiga", tetapi dikembangkan dengan sistem "*homestay*" yang dikelola masyarakat setempat (lokal).

Demikian juga sarana transportasi dikembangkan sistem sewa kendaraan (rental) yang dikelola oleh komunitas masyarakat setempat. Selain itu untuk menambah kenyamanan wisatawan yang datang di desa Munduk dan sekitarnya maka disiapkan komunitas masyarakat Sadar Wisata (Darwis). Dari pengamatan penulis ketika mengikuti seminar di Desa Munduk ini, masyarakat terkesan sangat ramah dengan semua pendatang baik dari dalam negeri maupun orang asing (luar negeri). Hal ini terlihat dari perilaku yang suka menyapa pengunjung, mengajak *ngobrol* dan menunjukkan lokasi/tempat sesuai dengan keinginan tamu/ pengunjung bahkan mereka dengan rela menunjukkan dan mengantarkan ke lokasi yang akan dituju.

Pengelolaan pariwisata seperti ini diharapkan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan menjaga adat, tatanan sosial dan lingkungan hidup manusia. Seperti dikatakan Oka A Yoeti (2006:1) bahwa "dengan adanya kegiatan pariwisata maka potensial menimbulkan kegiatan yang lain seperti penyediaan hotel, makanan dan minuman, cenderamata, transportasi lokal dan usaha-usaha kecil lainnya.

Demikian juga yang terjadi di Desa Munduk. Di sepanjang jalan utama desa terlihat kanan dan kiri dipasang papan nama penginapan atau *homestay*, kedai-kedai makanan dan minuman, toko-toko perlengkapan sehari-hari dan cenderamata. Seperti dikatakan juga oleh Prof. Satrio dalam acara pembukaan Konferensi Kemiskinan dan Pemberdayaan Indonesia IPEC yang berlangsung pada tanggal 14-17 Nopember 2014 di Desa Munduk, Bali, mengatakan bahwa (Suharsono, 2014) :

> ".... Bali sebagai pusat pariwisata Indonesia harus mewaspadai terjadinya kesenjangan pertumbuhan pariwisata khususnya antara Bali Selatan dan Utara. Perkembangan pariwisata yang pesat di Bali Selatan tidak memberikan manfaat bagi Bali Utara. Yang terjadi justru sebaliknya yaitu berbagai sumber pendukung yang ada di Bali Utara semakin memprihatinkan, misalnya ketersediaan air semakin berkurang. Oleh karena itu pengembangan pariwisata di Utara harus mampu menjaga kelestarian alam agar tidak semakin rusak. Pengembangan pariwisata harus diarahkan pada potensi lokal yang tidak merusak alam dan lingkungan, misalnya dengan pengembangan varietas buah dan sayuran. Diharapkan hasil buah dan sayuran lokal ini dapat menjadi pemasok kebutuhan buah dan sayur bagi kepentingan pariwisata baik di daerah Selatan maupun di Utara. Dengan demikian diharapkan dapat meningkatkan penghasilan petani lokal sehingga tercipta kesejahteraan bagi masyarakat".

Kutipan di atas pada dasarnya menjelaskan bahwa pengelolaan pariwisata tidak boleh menimbulkan kesenjangan bagi masyarakat sekitar objek wisata. Selain itu juga harus mampu menjaga kelestarian lingkungan dan memanfaatkan atau menggali potensi-potensi lokal yang justru menjadi daya dukung penyelenggaraan pariwisata. Selain itu untuk mendukung tercapainya keberhasilan penyelenggaraan pariwisata perlu penyebaran informasi yang memadahi sebagai sarana untuk memperkenalkan lebih jauh tentang objek wisata itu. Disinilah pentingnya komunikasi dalam penyebaran informasi untuk menyumbang

keberhasilan penyelenggaraan pariwisata. Oleh karena itu uraian berikutnya sekaligus sebagai penutup dalam makalah ini akan diuraikan tentang peran komunikasi terutama komunikasi interpersonal dan massa dalam pengembangan pariwisata berbasis potensi dan kearifan lokal.

Peran Komunikasi dalam Pengembangan Pariwisata

Dari berbagai sumber dapat disimpulkan bahwa komunikasi pada dasarnya adalah penyampaian berbagai informasi (pesan) dari narasumber (komunikator) melalui berbagai sarana kepada penerima (komunikan) dan umpan balik (respon) sesuai dengan isi pesan yang disampaikan (Suharsono, 2013:16). Dari pemahaman di atas dapat dikatakan bahwa komunikasi mampu memberikan pengaruh kepada pihak lain (komunikan) yang dapat berupa perorangan, kelompok atau massa untuk memberikan respon sesuai dengan isi pesan. Respon dapat berupa sikap yang menerima atau menolak isi pesan tersebut. Seperti dikatakan oleh Carl I. Hovland dalam bukunya Onong U. Effendy yang dikutip oleh Suharsono (2012) konteks organisasi dalam arti luas, "Komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain *(communications is the process to modify the behavior of other individuals)*." Mengubah perilaku yang dimaksud adalah perilaku yang sesuai dengan pesan yang disampaikan baik menolak maupun menerima.

Dalam konteks pengembangan pariwisata di Indonesia aspek komunikasi ini sangat diperlukan dalam rangka memberikan informasi tentang objek wisata dengan segala keunikannya. Tujuannya agar orang yang menerima pesan (komunikan) paling tidak mampu memberikan respon yang positif (menerima) sehingga meskipun tidak langsung melakukan perubahan perilaku paling tidak dapat memberikan pertimbangan untuk mengubah perilakunya. Konkritnya jika sudah menerima informasi maka diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan ketika suatu saat akan melakukan perjalanan wisata. Dengan proses komunikasi ini maka diharapkan dapat meningkatkan minat kunjungan wisatawan ke Daerah Tujuan Wisata (DTW).

Secara umum, berdasarkan beberapa sumber, menurut Suharsono (2013:33-36) komunikasi memiliki fungsi (1) menyampaikan informasi; (2) mendidik; (3) menghibur; (4) pengawasan; (5) memengaruhi dan; (6) penerusan nilai-nilai. Dari fungsi-fungsi tersebut yang lebih relevan dengan kegiatan pengembangan pariwisata adalah fungsi menyampaikan

informasi, mendidik, dan memengaruhi. Fungsi menyampaikan informasi dalam konteks pariwisata antara lain menyampaikan informasi tentang objek pariwisata, aksestabilitas, dan sarana lain sebagai pelengkap wisata (Amenitas). Tentang objek pariwisata yang dapat diinformasikan antara lain misalnya keunikan, lokasi dan gambaran umum objek wisata tersebut. Tentang aksestabilitas antara lain meliputi kondisi jalan, kemudahan dalam perjalanan, sensasi perjalanan yang mampu memberikan pengalaman bagi wisatawan termasuk ketersediaan transportasi. Sedangkan aspek pendukung lain seperti sarana pelengkap yang ada di daerah objek wisata misalnya produk-produk wisata yang khas, ketersediaan sarana transaksi (ATM). Dengan proses penyampaian informasi yang cukup tentang gambaran paling tidak secara umum tentang suatu objek wisata diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi wisatawan dalam merencanakan perjalanan wisata.

Berbagai fungsi komunikasi di atas pada dasarnya dapat dilakukan menggunakan dua model atau bentuk komunikasi yaitu komunikasi interpersonal dan komunikasi massa. Dari berbagai sumber dapat disimpulkan bahwa komunikasi interpersonal pada dasarnya adalah komunikasi yang dilakukan secara langsung (tatap muka) bersifat dialogis antara komunikator dan komunikan (Suharsono, 2013:86). Selanjutnya dikatakan bahwa komunikasi interpersonal ini dapat dilakukan melalui berbagai cara antara lain, percakapan (langsung), dan presentasi. Penyampaian langsung dengan cara percakapan dan presentasi ini diharapkan mampu menyampaikan informasi yang berkelanjutan dengan cara "dari mulut ke mulut". Proses komunikasi ini biasanya lebih efektif karena respon dapat dilakukan pada saat komunikasi sedang berlangsung. Dengan demikian berbagai hal berkaitan dengan informasi objek wisata dapat didialogkan pada saat itu juga.

Sedangkan komunikasi massa menurut Tan dan Wright dalam Elvinaro Ardianto dan Lukiati Komala Erdiyana (2004) menyebutkan bahwa "Komunikasi massa merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan media (saluran) dalam menghubungkan komunikator dan komunikan secara massal, berjumlah banyak, bertempat tinggal jauh (terpencar), sangat heterogen dan menimbulkan efek tertentu." Selanjutnya dikatakan oleh Wiryanto (2006) bahwa, "Komunikasi massa adalah jenis komunikasi yang menggunakan media massa untukpesan-pesan yang disampaikan."

Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa pada dasarnya adalah bentuk komunikasi yang dalam proses penyampaian informasinya menggunakan (berbagai) media massa. Media massa yang selama ini dikenal dalam kajian ilmu komunikasi dibagi menjadi dua yaitu media massa cetak dan elektronik. Media cetak meliputi antara lain koran, majalah, jurnal, poster dan bentuk media cetak lainnya. Sedangkan media massa elektronik antara lain radio, televisi dan internet. Penyampaian informasi melalui media massa ini diharapkan penyebarannya dapat lebih meluas, menjangkau seluruh komunikan yang tidak terbatas bahkan tidak teridentifikasi. Dengan demikian dalam konteks pengembangan pariwisata informasi tentang keberadaan, keunikan, sarana dan prasarana dan segala produk wisata yang tersedia dapat disampaikan kepada khalayak yang luas jangkauannya (sebarannya) sehingga diharapkan menjadi semakin lebih dikenal.

Kesimpulan

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa Indonesia memiliki potensi wisata yang sangat kaya (beragam) yang dapat dijadikan daya tarik wisata. Pengembangan pariwisata di Indonesia harus dikelola dengan memperhatikan faktor kebersamaan (gotong royong) diantara para pemangku kepentingan, potensi dan kearifan lokal dan pelestarian lingkungan hidup. Dengan demikian proses pengembangan pariwisata mampu menjadi pendorong meningkatnya kesejahteraan masyarakat terutama yang berada di sekitar daerah wisata dan berkelanjutan.

Agar pengembangan pariwisata ini lebih dikenal oleh masyarakat diperlukan proses komunikasi agar seluruh daya tarik wisata yang ada dapat diterima oleh calon wisatawan. Dengan penyampaian informasi melalui komunikasi massa dan interpersonal ini diharapkan mampu meningkatkan kunjungan wisatawan ke daerah tujuan wisata di Indonesia. Dengan melalui proses ekonomi (*multiplier effect*) diharapkan produk-produk wisata yang dikembangkan berdasarkan potensi dan kearifan lokal dapat menjadi sarana meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Daftar Pustaka

A.J., Muljadi. 2010. *Kepariwisataan dan Perjalanan*. Jakarta:Penerbit Rajawali Pers

Ardianto, Elvinaro dan Erdiyana, Lukiati Komala. 2004. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Gelgel, I Putu. 2006. *Industri Pariwisata Indonesia dalam Globalisasi Perdgangan Jasa*, Bandung: Penerbit Refika Aditama.

Handoko, Hani. 1999. *Manajemen* (edisi 2). Yogyakarta: Penerbit BPFE.

Nasikun. 2003. *Sistem Sosial Indonesia*. Jakarta: Penerbit Rajawali Pers.

Prasadja, Heru, Suharsono dan Nyoman. 2014. *Upaya Pelestarian Wisata Budaya di Kawasan Setu Babakseng Sawah, Jagakarsa Jakarta Selatan*. Laporan Penelitian Tidak Dipublikasikan. Jakarta: Unika Atma Jaya.

Spillane, James J. 1985. *Ekonomi Pariwisata, Sejarah dan Prospeknya*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.

Stoner, James A.F., dan Wankel Charles. 1986. *Manajemen* (edisi 3). Jakarta: Penerbit Intermedia.

Suharsono. 2012. *Pengetahuan Dasar Organisasi*. Jakarta: Penerbit Atma Jaya.

Suharsono, Dwiantara, Lukas. (2013). *Komunikasi Bisnis, Peran Komunikasi Interperpersonal dalam Aktivitas Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit CAPS (Center of Academic Publishing Service).

Suharsono. 2014. *Konferensi Nasional Konferensi Kemiskinan dan Pemberdayaan Indonesia, IPEC 2014 (Indonesia Poverty Empowerment Conference)* dengan tema '*Memutus Mata Rantai Kemiskinan (Belajar dari Kearifan Lokal Bali)*'. Jakarta: Laporan peserta Unika Atma Jaya.

Suyitno. 2001. *Perencanaan Wisata*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius

Wiryanto. 2006. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Grasindo.

Yoeti, Oka A. 2006. *Pariwisata Budaya, Masalah dan Solusinya*. Jakarta: Penerbit PT. Pradnya Paramita.

____________. 2008. *Ekonomi Pariwisata, Introduksi, Informasi, dan Implementasi*. Jakarta: Penerbit Kompas.

Strategi Komunikasi Makanan Lokal "Sinonggi" di Kota Kendari

M. Najib Husain

Pendahuluan

Ketahanan pangan merupakan komitmen negara seperti yang tertuang dalam MDGs (*Millenium Development Goals*) yang menegaskan separuh dari 800 juta penduduk dunia yang kelaparan, termasuk di Indonesia. Tantangan keberlanjutan pembangunan ketahanan pangan dihadapkan pada masalah krisis multidimensi yang menyebabkan perubahan – perubahan sosial dalam masyarakat. Terkait dengan masalah itu, diperlukan adanya peran pemerintah dan masyarakat yang dapat mendukung keberlanjutan pembangunan ketahanan pangan yang saat ini telah menjadi problem di setiap wilayah termasuk Kota Kendari akan bahaya krisis pangan (beras) sehingga perlu adanya upaya untuk mengantisipasi terjadinya kelangkaan dan krisis pangan pada masyarakat Kota Kendari dengan jalan pendekatan kearifan lokal dalam memasarkan kembali makanan lokal *"Sinonggi*" .

Pemerintah Kota Kendari selama ini telah bekerjasama dengan NGO (*Non Government Organization*) telah mengembangkan Program Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat. Program ini egi merupakan strategi dalam membangun ketahanan pangan masyarakat agar masyarakat dapat mencukupi kebutuhan pangannya dan berdaya secara ekonomi. Keberlanjutan program ini sangat ditentukan partisipasi aktif dari masyarakat dalam memajukan budidaya Sagu. Tanpa adanya partisipasi dan peran aktif dari masyarakat maka program ini tidak akan berjalan. Dengan demikian, partisipasi menjadi salah satu faktor sosial penting yang berperan dalam mendukung program pembagunan ketahanan pangan. Dukungan pemerintah dan NGO akan kepedulian dengan makanan lokal, direspon positif oleh masyarakat Kota Kendari

dengan banyaknya rumah makan dan restoran yang menyediakan menu makanan local berbahan dasar sagu.

Setiap individu atau kelompok dalam masyarakat mempunyai tingkat kebutuhan dan kepentingan yang berbeda. Benturan kepentingan dan kebutuhan dalam masyarakat tidak dapat dihindari sebagai akibat perubahan sosial dan krisis multidimensi yang terjadi. Terkait masalah itu, penguatan hubungan sosial dalam masyarakat menjadi dasar dalam pengembangan program pembangunan ketahanan pangan, dalam rangka menuju program yang berkelanjutan (*sustainable*).Penguatan hubungan sosial dapat dikembangkan dengan kerjasama berbasis kelompok, yang secara kolektif berupaya memecahkan permasalahan baik antar individu dan antar kelompok.Dengan adanya kontribusi kelompok maka benturan kebutuhan dan kepentingan dapat dikurangi dengan mengutamakan kepentingan jangka panjang.

Untuk memperkuat program strategi ketahanan pangan tersebut, maka pemerintah Kota Kendari mengusulkan Peraturan daerah (PERDA) tentang pengembangan, pelestarian dan perlindungan tanaman Sagu yang telah disetujui oleh Dewan Kota Kendari, ini dilakukan guna menghindari punahnya bahan baku makanan *Sinonggi* di Kota Kendari. Makanan lokal *Sinonggi* diharapkan dapat dikenal secara nasional dan dapat menjadi icon daerah sehingga perlu diberdayakan.

Sinonggi adalah makanan khas suku Tolaki dari Sulawesi Tenggara Indonesia, yang terbuat dari pati sari sagu.Suku Tolaki memiliki tradisi menyantap sinonggi bersama-sama yang disebut *mosonggi*. Bagi Suku Tolaki, sinonggi merupakan makanan pokok yang kini telah mengalami pergeseran makna dan bersaing dengan nasi. Walaupun merupakan makanan khas Suku Tolaki, belum ada yang mengetahui sejak kapan Suku Tolaki mengonsumsi sinonggi.Berpijak dari latar belakang di atas, maka dipandang perlu untuk melakukan riset tentang strategi komunikasi pemasaran makanan lokal *Sinonggi* di Kota Kendari. Untuk itu kajian mengenai kepedulian pemerintah dengan kebijakan yang mendukung pangan lokal, partisipasi, kontribusi kelompok dan jejaring sosial (*social networking*) dalam mendukung pembangunan keamanan dan ketahanan pangan perlu diidentifikasi lebih lanjut.Hasil riset diharapkan bermanfaat sebagai informasi dasar tentang permasalahan dan isu strategis tentang kedaulatan dan ketahanan pangan di setiap wilayah dalam peningkatan kapasitas hasil pembangunan keamanan dan ketahanan pangan yang berkelanjutan.

Konsep Strategi Komunikasi

Strategi adalah tindakan yang sistematis dengan menggabungkan beberapa metode/alat/pendekatan untuk mencapai tujuan tertentu dalam jangkah waktu tertentu. Dari definisi strategi tersebut, maka strategi komunikasi adalah serangkaian tindakan yang terencana untuk mencapai tujuan tertentu melalui penggunaan metod-metode komunikasi, teknik komunikasi dan pendekatan komunikasi tertentu (Mefalopulos dan Kamlongera, 2004)

Effendy (2006) menyatakan bahwa strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planing*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan.Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.

Sedangkan menurut Anwar Arifin dalam buku 'Strategi Komunikasi' menyatakan bahwa : Sesungguhnya suatu strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan, guna mencapai tujuan. Jadi merumuskan strategi komunikasi, berarti memperhitungkan kondisi dan situasi (ruang dan waktu) yang dihadapi dan yang akan mungkin dihadapi di masa depan, guna mencapai efektivitas. Dengan strategi komunikasi ini, berarti dapat ditempuh beberapa cara memakai komunikasi secara sadar untuk menciptakan perubahan pada diri khalayak dengan mudah dan cepat (1994 :10).

Lebih jauh Effendy (2006) menjelaskan bahwa strategi komunikasi yang merupakan paduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.Strategi komunikasi ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*aproach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi.

FAO (*Food and Agricultural Organization*), menawarkan beberapa strategi komunikasi dalam pembangunan.Strategi tersebut terdiri dari SEC (*Strategic Extension Campaign*), PRCA (*Participatory Rural Communication Appraisal*), dan PDC (*Participatory Development Communication*) (http://www.fao.org/).Dari tiga strategi komunikasi ini, SEC adalah strategi yang relevan dengan penelitian ini karena analisis berbagai hal dasar sebelum muncul strategi seperti analisis audiens dilakukan secara sederhana dan tidak melalui riset komunikasi yang

kompleks seperti halnya pada PRCA.

Secara umum, ada dua bagian besar dari SEC, yaitu *campaign strategy development planning* dan *campaign management planning*. Dua bagian ini bisa dimaknai sebagai perencanaan dalam membangun strategi kampanye dan perencanaa dalam manajemen kampanye.

Dalam perencanaan membangun strategi kampanye, aktivitas yang dilakukan lebih banyak pada tahapan analisis.Komponen yang dianalisis adalah (1) permasalahan dan kebutuhan, (2) tujuan komunikasi, (3) audiens atau komunikan, (4) media dan (5) pesan. Secara lebih praktis, tahapan kegiatan SEC dalam fase perencanaan adalah (1) identifikasi masalah dan assessment kebutuhan, (2) memformulasikan tujuan kampanye atau memformulasikan tujuan strategi komunikasi, (3) membangun strategi dan positioning informasi, (4) analisis audiens dan membuat segmentasi, (5) seleksi multi media dan (6) mendesain pesan dan meproduksi materi kampanye yang disesuaikan dengan media-media yang dipilih (Adhykarya, 1994).

Tahap kedua perencanaan manajemen kampanye. Ada empat kegiatan yang dilakukan pada tahap ini, yaitu (1) perencanaan manajemen, (2) training personil, (3) implementasi strategi di lapangan dan (4) dokumentasi proses dan melakukan evaluasi.

Proses dalam penentuan strategi komunikasi dalam SEC, hampir sama dengan proses penentuan strategi komunikasi yang dikemukakan oleh Effendy (2006). Menurut Effendy (2006), proses itu juga terdiri dari dua, yaitu (2) perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*).

Perencanaan komunikasi pada dasarnya berkaitan dengan hal-hal yang dilakukan sebelum menentukan strategi komunikasi yang akan dijalankan. Sedangkan manajemen komunikasi berkaitan dengan bagaimana menjalankan strategi komunikasi itu agar tujuan komunikasi bisa tercapai secara efektif.Oleh karena itu, maka memahami komponen-komponen strategi komunikasi menjadi penting. Paling tidak hal ini akan memudahkan pembuat strategi komunikasi dalam merumuskan strategi komunikasi yang tepat berupa penentuan pesan, media dan metode yang lebih relevan (Effendy, 2006). Dalam program pemasaran makanan local Sinonggi, dilakukan proses penyadaran kepada masyarakat. Komponen-komponen tersebut adalah : 1) Mengenal Khalayak, 2) Menyusun Pesan, 3) Menetapkan Metode 4) Seleksi dan Penggunaan Media

Ketahanan Pangan

Ketahanan pangan menurut UU No.7/ 1996 adalah terjadinya kecukupan penyediaan pangan bagi rumah tangga yang diukur dari ketercukupan pangan dalam hal jumlah dan kualitas dan juga adanya jaminan atas keamanan (*safety*), distribusi yang merata dan kemampuan membeli. Ketahanan pangan merupakan bagian dari pembangunan berkelanjutan.Konsep berkelanjutan (*sustainability*) tidak dapat dipandang hanya sebagai suatu pembangunan monosektoral. Dalam memandang suatu konsep keberlanjutan secara komprehensif, Van Loon (2005) dalam konsep *the sustainability tripod*menekankan pentingnya pemahaman faktor sosial terkait dengan penghidupan yang layak pada individu dan pada masyarakat. Terkait dengan hal itu, maka ketahanan pangan tatarannya tidak hanya pada tataran rumah tangga melainkan pada tataran masyarakat. Tataran masyarakat berkaitan dengan konsep pemerataan, keamanan pangan serta kemudahan akses pangan bagi setiap rumah tangga dalam suatu masyarakat. Dengan terciptanya stabilitas sosial dalam masyarakat, maka akan mendorong stabilitas ekonomi, sehingga dampak perubahan sosial seperti benturan kebutuhan dan kepentingan dalam masyarakat dapat dikurangi.

Terciptanya stabilitas sosial dapat dilihat dari implementasi wujud nilai – nilai sosial. Menurut Van Loon (2005) ada beberapa indikator – indikator nilai - nilai sosial yang secara universal diterima dalam konsep pembangunan berkelanjutan, yaitu :

a) Kewajaran dalam mengakses sumber – sumber penghidupan yang sesuai standar kelayakan hidup.
b) Peluang yang sama untuk berpartisipasi dalam pembuatan keputusan.
c) Akses pendidikan yang memberikan peluang membangun budaya dan intelektual.
d) Adanya jaminan perlindungan kesehatan.

Ketahanan pangan adalah konsep pembangunan dalam mencukupi kebutuhan pangan secara berkelanjutan.Pembangunan di Indonesia terus dilakukan melalui berbagai program, namun keberhasilannya belum sepadan dengan investasi karena antara lain kurang memperhatikan partisipasi masyarakat (Colletta dan Kayam, 1987). Dengan demikian partisipasi masyarakat dalam mendukung program pembangunan ketahanan pangan sangat diperlukan. Partisipasi masyarakat dalam

pembangunan merupakan kebutuhan dasar seperti halnya kebutuhan sandang, pangan, papan, pendidikan, kesehatan dan transportasi (Sumardi dan Evers, 1982).

Urgensi partisipasi dalam pembangunan ketahanan pangan sangat beragam. Menurut Conyers (1991) pentingnya partisipasi adalah sebagai berikut: *pertama*, partisipasi masyarakat merupakan suatu alat guna memperoleh informasi mengenai kondisi, kebutuhan, dan sikap masyarakat setempat, yang tanpa kehadirannya program pembangunan serta proyek-proyek akan gagal; k*edua*, bahwa masyarakat akan lebih mempercayai proyek atau program pembangunan jika merasa dilibatkan dalam proses persiapan dan perencanaannya, karena mereka akan lebih mengetahui seluk-beluk proyek tersebut dan akan mempunyai rasa memiliki terhadap proyek tersebut; *ketiga*, bahwa merupakan suatu hak demokrasi bila masyarakat dilibatkan dalam pembangunan masyarakat mereka sendiri.

Terdapat beberapa substansi dasar yang membangun pemahaman mengenai ketahahan pangan, bahwa ketahanan pangan tidak semata selesai pada kecukupan pangan rumah tangga saja. Beberapa substansi dasar yang membangun ketahanan pangan, yaitu (Basuki, 2009) :

1) Kemampuan untuk memanfaatkan sumber daya alam untuk menghasilkan sumber bahan pangan.
2) Membangun kehidupan bermasyarakat yang berkualitas, dimana individu hanyalah merupakan subordinasi masyarakat tersebut.
3) Kemampuan melakukan pengolahan produk lebih lanjut dari hasil – hasil langsung agar bahan pangan tersebut memiliki kegunaan lain yang lebih sesuai dengan kebutuhan, sehingga dapat diperjual belikan dengan cakupan daerah yang lebih luas dan waktu yang lebih lama.

Berangkat dari substansi – substansi tersebut, maka ketahanan pangan tidak hanya menuntut adanya stabilitas pada produksi pangan melainkan pada pemeratan atau distribusi komoditas pangan dan pemasarannya. Kelemahan pada salah satu substansi, misalnya distribusi dan pemasaran akan berdampak buruk pada kondisi sosial masyarakat, dan secara sistemik terhadap kondisi ekonomi nasional. Dengan demikian, kemampuan masyarakat pada salah satu substansi ketahanan pangan tidak menjamin terciptanya keamanan pangan dalam rumah tangganya.

Oleh karena itu, dalam ketahanan pangan perlu adanya tata aturan dan kesepahaman antar individu dalam masyarakat. Individu dalam masyarakat tidak dapat hidup secara soliter, tetapi mereka memang saling tergantung karena memang manusia bersifat sosial (Basuki, 2009). Menurut Hayami dan Kikuchi (1987) aturan-aturan yang dilakukan dengan sangsi-sangsi oleh anggota komunitas untuk memudahkan koordinasi dan kerjasama diatara penduduk yang menggunakansumberdaya disebut sebagai kelembagaan. Oleh karena itu, peran pemerintah harus dapat mendorong tumbuh berkembangnya kerjasama yang sinergis antara berbagai kelembagaan dalam masyarakat.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analitik dan eksplanatif. Menurut Miles dan Huberman (1992) dan (Nazir, 1988), metode analitik-eksplanatif bertujuan untuk melukiskan konteks lokal dan apa yang terjadi di dalamnya dan memperlihatkan aturan dan alasan yang menentukan mengapa hal-hal tersebut terjadi pada sekelompok manusia, suatu obyek, suatu sistem ataupun suatu peristiwa pada masa sekarang.

Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi masalah-masalah, kegiatan-kegiatan, pandangan-pandangan, sikap – sikap, hubungan serta proses-proses sosial masyarakat, serta kebijakan publik yang sedang berlangsung dalam mendukung pembangunan ketahanan pangan.

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Kendari. Lokasi penelitian yang dipilih secara purposif dengan pertimbangan pemerintah dan masyarakat aktif melakukan kegiatan dalam upaya mengsosialisasikan dan mempertahankan makanan lokal “Sinonggi” . Adapun yang menjadi Informan dalam penelitian ini terdiri dari : Badan Ketahanan Pangan Kota Kendari, Tokoh – tokoh Masyarakat Kota Kendari dan pengusaha local.

Data yang dikumpulkan adalah Data Sekunder dan Data Primer, dengan Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut : Wawancara dan Observasi.Analisis data akan dilakukan dengan menggunakan model analisis interaktif (Miles dan Huberman, dalam Sutopo, 2002: 186). Dalam model analisis ini merupakan logika analisis yang terdiri dari tiga komponen analisis yaitu : Reduksi data, sajian data, Penarikan Simpulan atau Verifikasi.

Hasil dan Pembahasan

Pemerintah Kota Kendari dan pihak NGO dalam menjalankan fungsinya menerapkan strategi komunikasi dalam mempromosikan makanan lokal sinonggi. Pada pelaksanaannya, pemilihan dan penerapan strategi komunikasi diarahkan untuk membangun pemahaman yang benar tentang makanan lokal sinonggi.

Strategi komunikasi yang dijalankan dalam mempromosikan kembali makanan local Sinonggi, tidak terlepas dari beberapa prinsip dasar yakni menciptakan *brand positioning* yakni membuat pencitraan khusus, sehingga pada saat program promosi makanan lokal sinonggi ini disebut, masyarakat langsung memiliki kesan tertentu. *Brand positioning* yang diciptakan melalui pencantuman logo khusus berupa tulisan makanan lokal sinonggi di setiap media komunikasi yang digunakan dan selalu ada isi pokok program yakni mendorong kebersamaan dan kemandirian bagi masyarakat. Tujuan akhir dari penciptaan *brand positioning* ini adalah bahwa ketika masyarakat mendengar makanan lokal sinonggi maka kesan yang akan timbul dalam pikiran masyarakat adalah kebersamaan dan kemandirian pangan.

Gambar 1 : Sinonggi dalam Tiga tahap.
Sumber : Data Primer, 2015

Selain menciptakan *icon* kebersamaan dan kemandirian pangan sebagai upaya penciptaan kesan bagi masyarakat terhadap program ini, hal lain yang juga perlu dijelaskan melalui media-media komunikasi yang digunakan adalah teknis pelaksanaan program. Adapun strategi komunikasi makanan lokal sinonggi di laksanakan dengan tahap-tahap sebagai berikut :

Penetapan Sasaran Khalayak Komunikasi

Secara umum ada tiga kelompok besar sasaran yang ditetapkan, yaitu pertama, masyarakat umum baik di lingkungan terdekat dari pemanfaat program maupun masyarakat luas yang jauh dari pemanfaat program.Peran masyarakat umum sangat diperlukan sebagai dukungan publik dalam rangkah kelancaran dan keberlangsungan pelaksanaan program.

Kedua, penerima manfaat program, dalam hal ini masyarakat yang termaksud dalam kelompok penjual makanan local sinonggi.Sebagai kelompok penerima manfaat sangat diharapkan turut berpartisipasi baik dalam perencanaan maupun dalam pelaksanaan program.Dengan demikian keberlangsungan program dapat terjamin.

Ketiga, pemangku kepentingan (*stakeholder*), yaitu lembaga yang mendukung dari aspek kebijakan seperti DPRD. Pemangku kepentingan yang juga penting karena langsung berhubungan dengan program bahkan dalam pelaksanaannya dibutuhkan peran mereka

Target komunikasi yang sangat penting adalah para penerima manfaat program yakni kelompok masyarakat yang membuka usaha warung makan dan restoran.Dalam pertemuan-pertemuan di kelurahan, mereka juga diusahakan hadir.

Metode dan Model Arus Komunikasi

Strategi komunikasi makanan lokal sinonggi dilakukan dengan menggunakan tiga metode yaitu metode informasi, edukasi dan persuasi. Metode penyebaran informasi merupakan penyampaian informasi secara masif dan intensif kepada seluruh khalayak sasaran dengan menggunakan berbagai saluran komunikasi khususnya media massa, media luar ruang dan bahan cetakan seperti poster dan booklet. Terkait dengan pelaksanaan makanan lokal sinonggi di Kota Kendari, media cetak yang dominan digunakan adalah poster. Media ini disebar di setiap

kantor kelurahan yang terkena program ini dan disebar ke masyarakat.

Tujuan kegiatan penyebaran poster adalah untuk membangun pemahaman yang tepat oleh khalayak sasaran tentang pentingnya mengkonusumsi makanan local sinonggi.Ada beragam jenis poster yang disebar ke masyarakat. Pesan yang tertulis dalam poster berisi hal-hal yang berkaitan dengan tujuan tersebut.

Metode persuasif pada prinsipnya berhubungan dengan tindakan penyebaran informasi.Bedanya dalam kegiatan persuasi tujuan utama yang ingin dicapai adalah untuk membangun keberpihakan, dukungan dan ketertarikan khlayak sasaran terhadap program makanan lokal sinonggi.Hampir semua kelompok termaksud sasaran metode ini, terutama masyarakat penerima manfaat (*direct beneficieries*).Dalam tindakan persuasif, diupayakan untuk menggerakkan khalayak sasaran agar melakukan tindakan partisipatif untuk menyelenggarakan program makanan local sinonggi.

Metode persuasif diterapkan dengan pendekatan berbasis komunitas yang memungkinkan interaksi langsung antara penyelenggara promosi makanan lokal sinonggi dengan khalayak penerima manfaat termaksud para *stakeholder* pendukung di lapangan.Metode selanjutnya adalah metode edukasi yakni proses pembelajaran yang diarahkan pada perubahan sikap dan perilaku dari penerima informasi.

Salah satu informasi yang disampaikan dalam mempromosikan makanan lokal Sinonggi, bahwa makan lokal Sinonggi juga memiliki kandungan yang sangat bermanfaat bagi kesehatan. Sinonggi termasuk makanan yang menyegarkan dan sehat. Selain sayuran dan lauknya dimasak dengan bumbu yang tidak terlalu banyak (masak bening), menurut penelitian litbang deptan Sagu sebagai bahan baku utama dikenal memiliki kandungan karbohidrat sekitar 85,6%, serat 5% dan untuk 100 gr sagu kering setara dengan 355 kalori. Selain mengandung karbohidrat juga mengandung polimer alami yaitu semacam zat yang sangat bermanfaat bagi tubuh manusia seperti memperlambat peningkatan kadar glukosa dalam darah sehingga aman dikonsumsi oleh penderita diabetes melitus. Selain itu, serat pada sagu juga mengandung zat yang berfungsi sebagai probiotik, meningkatkan kekebalan tubuh, serta mengurangi resiko terkena kanker usus dan paru-paru.

Selain metode tersebut, pemkot Kendari dan NGO juga menerapkan model arus komunikasi tertentu. Dalam hal ini model arus yang

digunakan adalah kombinasi dari dua model, yaitu model satu langkah (*One-Step Flow Model*) dan model dua langkah (*Two-Steps Flow Model*). Penggunaan kombinasi model ini memiliki pertimbangan tertentu.

Dari penjelasan di atas, penggunaan model satu tahap (*One-Step Flow Model*) dilakukan langsung ke masyarakat. Media yang dominan dipakai adalah poster. Kelebihan penggunaan model ini adalah bisa menjangkau masyarakat secara luas, namun tidak ada proses dialog dalam penyampaian pesannya. Untuk menutupi kelemahan itu, maka konsultan kemudian menerapkan model lain, yaitu model dua tahap (*Two-Steps Flow Model*). Model ini dilakukan dengan cara, terlebih dahulu konsultan memahamkan para pemuka kepentingan. Setelah itu, tahap selanjutnya para pemuka kepentinganlah yang nanti akan lebih banyak berhubungan langsung dengan masyarakat untuk menjelaskan tentang program makanan lokal Sinonggi.

Saat ini Sinonggi dikonsumsi hampir seluruh masyarakat Kota Kendari.Awalnya Sinonggi hanya di konsumsi oleh masyarakat suku Tolaki yang mendiami daratan dan pegunungan daerah Sulawesi Tenggara (Sultra). Berdasarkan penuturan Drs. Muslimin Su'ud S.H, salah satu tokoh masyarakat Tolaki yang juga ketua dewan pakar Lembaga Adat Tolaki (LAT) Sultra, sebelum mengenal Sagu orang-orang Tolaki mengkonsumsi beras dari padi ladang dan *Uwi koro* sejenis tanaman Ubi liar yang tumbuh di hutan sebagai bahan pangan mereka. Barulah sekitar abad ke 7 masehi, orang Tolaki yang tinggal di sekitaran sungai Sourere-Napooha, Kecamatan Uluiwoi, Kabupaten Kolaka yang kembali dari perantauan di Pulau Maluku membawa tanaman Sagu yang selanjutnya dikembangkan oleh warga sebagai bahan makanan tambahan. Seiring perjalanan waktu, perkembangan Sinonggi semakin luas dikonsumsi masyarakat lokal. Ini terjadi karena adanya proses asimilasi dan akulturasi masyarakat Tolaki dengan warga pendatang.

Keberhasilan sehingga makanan local Sinonggi tidak lagi menjadi makanan yang "terpinggirkan" ini tidak lepas dari promosi yang dilakukan oleh Pemda Kota Kendari dan NGO dalam mempromosikan makanan lokal sinonggi

Penyusunan Pesan Komunikasi

Dalam hal penyusunan pesan, maka ada beberapa hal yang menjadi perhatian pemerintah dan NGO, yaitu isi pesan, himbauan pesan,

koordinasi isi pesan dan koordinasi penyampaian pesan.Berkaitan dengan isi pesan, dalam implementasinya terdiri dari pesan umum dan pesan khusus.Pesan umum berlaku untuk keseluruhan kategori khalayak sasaran, sedangkan pesan khusus menekankan pada aspek tertentu sesuai fokus strategi komunikasi kepada kategori khalayak tertentu.

"*Menyediakan Menu Sinonggi dengan harga murah*"

Salah satu bunyi pesan dalam tulisan pada papan nama yang tertera pada salah satu di jejeran rumah makan di jalan Sorumba sekitaran Universitas Muhammadiyah Kota Kendari, Sulawesi Tenggara. Rumah makan ini memang ramai pengunjung terlebih disaat jam makan siang. Ratusan pengunjung menyesaki deretan meja makan menunggu semangkuk Sinonggi panas beserta lauknya berupa ikan palu mara, sayur bening, sambal rica-rica dan potongan jeruk tolaki yang dihidangkan diatas meja.

Sinonggi adalah salah satu menu andalan yang disajikan. "Setiap harinya sekitar 4 karung aci sagu dihabiskan utuk diolah menjadi menu Sinonggi, dan orang yang datang makan dari mahasiswa, turis sampe artis juga kesini ,". Agar pelanggan tak bosan, menu campuran Sinonggi dibuat bervariatif. "Ada Kambatu daging sapi atau daging ayam Tawaoloho yang disediakan," . Satu porsi paket Sinonggi di rumah makan ini berharga Rp.20.000 ribu sampai Rp.35.000 ribu tergantung pada pilihan menu lauk.

Gambar 1 : Sinonggi Siap Saji. Sumber : Data Primer, 2015

Agar pesan dapat mencapai khalayak sasaran secara efektif maka pemerintah dan NGO mengkoordinasikan isi pesan yang perlu

disampaikan melalui berbagai saluran kepada khalayak yang berbeda-beda. Elemen-elemen isi pesan yang dikoordinasikan adalah logo, slogan, tema-tema pesan berupa apamanfaat makanan local sinonggi, manfaat program, perlu kebersamaan untuk suksesnya program, dan lain-lain. Untuk lebih jelasnya, maka akan ditampilkan dalam bentuk tabel :

Tabel 1. Strategi Pesan Komunikasi Pemerintah dan NGO dalam Program Makanan Lokal Sinonggi

Jenis Khalayak	Aspek-aspek Pesan			
	Isi Pesan	Himbauan Pesan	Koordinasi Isi Pesan	Koordinasi Penyampaian Pesan
Masyarakat Umum	Melalui kebersamaan dan kemandirian pangan local membangun kesejahteraan	Emosional dan rasional	Mencerminkan tema-tema program	Formulasi pesan pokok yang generik, dengan endesor pelaku
Pemangku Kepentinga	Perlu kepedulian dan kemitraan, mari dukung dan bekerjasama.	Emosional dan rasional	Variasi isi pesan sesuai karakteristik khlayak dan konsistensi tema-tema pokok	Menyampaikan pesan kunci dengan cara sama
Penerima Manfaat	Makanan Lokal Sinonggi Sebagai Icon Wisata Kuliner Kota Kendari	Emosional, sosial, spiritual dan rasional	Variasi isi pesan sesuai karakteristik khalayak, konsistensi tema-tema poko	Saluran yang dipilih untuk menyampaikan pesan harus dikoordinasikan, pesan segmentatif disesuaikan dengan karakteristik khalayak

Sumber : Analisis Data Primer 2015

Penggunaan Saluran Komunikasi

Dalam rangka meningkatkan keefektifan penyampaian pesan pada khalayak yang beragam maka konsultan menggunakan beberapa saluran komunikasi.Ada beberapa media yang digunakan. Secara umum terdiri dari dua, yaitu media massa dan nirmassa. Media massa yang digunakan oleh pemerintah dan NGO dalam menyampaikan pesan program makanan lokal sinonggi adalah melalui koran Kendari Pos.

Pemerintah dan NGO tidak bisa hanya mengharapkan media massa dalam memahamkan masyarakat tentang program ini, oleh karena itu, media nirmassa juga digunakan. Pemerintah dan NGO` menggunakan poster, boklet termaksud liflet untuk menyebarkan pesan-pesan tentang program Makanan lokal sinonggi. Media-media ini lebih leluasa digunakan dalam menyampaikan aspek-aspek pesan tertentu, mulai dari pesan-pesan motivasi untuk bekerjasama, pesan tentang mekanisme program, manfaat program, alur program dan lain-lain.

Dari berbagai media nirmassa yang digunakan, poster-lah yang paling dominan.Pilihan dijatuhkan ke poster karena poster ukurannya lebih besar sehingga dari sisi materi pesan bisa lebih banyak. Di samping itu, ukuran yang besar pun bisa membantu dalam desainnya. Poster bisa didesain seindah dan semenarik mungkin untuk mengundang orang membacanya.

Strategi Komunikator

Dalam penentuan komunikator, ada beberapa hal yang menjadi bahan pertimbangan pemerintah dan NGO.Pertama, komunikator atau pembawa pesan harus memiliki kredibilitas (keahlian, pengalaman dan dapat dipercaya) dan akseptabilitas (kedekatan/dapat diterima). Kedua, para pembawa pesan harus sejalan dengan khalayak sasaran dan saluran yang digunakan. Ketiga, pemilihan pembawa pesan senantiasa mempertimbangkan karakteristik khalayak sasaran sehingga pesan efektif.

Mengacu pada kriteria di atas, maka pemerintah dan NGO tidak sembarangan menentukan orang yang akan dipercayakan memberikan penjelasan tentang program kepada khalayak. Setiap forum, memiliki misi tertentu. Ketika sosialisasi awal, yang dipercayakan memimpin forum adalah koordinator program promosi makanan lokal. Untuk menunjang penjelasan, pemda juga mengundang endesor tokoh

pemerintah. Pertimbangannya endesor dari pemerintah memiliki *power* dan otoritas untuk dipatuhi.

Salah satunya keterlibatan langsung Bapak Wali Kota Kendari dalam mempromosikan makanan lokal Sinonggi, seperti yang dapat dilihat pada gambar berikut ini :

Gambar 3. Walikota Kendari berwisata kuliner dengan pejabat pemerintah daerah lain (@nyomanheru)

Masonggi lebih enak jika disajikan dengan pelengkap makanan seperti ikan, sayur bening, sayur santan atau makanan pilihan lainnya. Tergantung selera.Biasanya lebih terasa nikmatnya jika disajikan bareng-bareng teman, keluarga bhkan sinonggi menjadi menu wajib ibu-ibu arisan.Sinonggi, makanan khas suku Tolaki ini tidak hanya khusus suku Tolaki, tapi juga sudah banyak digemari oleh masyarakat lain yang ada di Sulawesi Tenggara, baik anak-anak, remaja dan orang dewasa. Bahkan kini sudah menjadi pengganti makan siang beberapa warga kota Kendari.

Saat ini, Sinonggi telah masuk ke hotel-hotel sebagai menu khas Sulawesi Tenggara sebagai salah satu menu dalam perjamuan tamu-tamu pemerintah setempat. Di Kota Kendari, kini warung atau restoran yang menyajikan makanan khas suku tolaki ini sudah banyak, dan bahan bakunya tersedia di pasar tradisional.

Meski geliat kuliner yang terbuat dari bahan dasar Sagu di daerah ini sudah mulai terlihat di masyarakat, sayangnya tanaman Sagu (*Metroxylon sp*) mulai sulit ditemukan. Data Badan Pusat Statistik (BPS 2010), areal tanaman Sagu yang ada berkisar 5.607 hektar.Kawasan tanaman Sagu mengalami penurunan, dikarenakan tekanan pembangunan, areal tanaman Sagu dikonversi menjadi lokasi pemukiman, areal persawahan, areal perkebunan sawit dan yang terbesar adalah lokasi pertambangan.

Semakin berkurangnya areal tanaman Sagu di daerah ini, disinyalir karena belum adanya komitmen kuat dari semua pihak terutama Pemerintah Daerah, sehingga perlu strategi dalam upaya pengembangan potensi tanaman Sagu di Sultra. Hal ini yang menyebabkan adanya usulan pemda kota Kendari untuk pembuatan Perda Tanaman Sagu yang sudah disahkan oleh Dewan Kota Kendari tahun ini.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi komunikasi menggunakan tiga metode informatif, edukasi, dan persuasif, metode informatif dengan menggunakan poster dengan bahasa Indonesia tanpa menggunakan bahasa lokal (kecuali kata Sinongggi), sehingga pesan di dalam poster dapat diterima oleh semua masyarakat kota Kendari yang termasuk masyarakat yang heterongen. Strategi komunikasi metode edukatif efektif karena narasumber memenuhi syarat *homophily* dan pendekatan penjelasannya dengan rasa empati terhadap kondisi makanan lokal yang "terpinggirkan" sehingga komunikasi yang berlangsung secara dua arah.Strategi komunikasi dengan metode persuasif memperhatikan tiga hal penting dalam persuasi, yaitu konsep *putting it up to you* yakni menjalin hubungan yang baik dengan komunikan, pendekatan *emotional appeal* yakni menggugah emosi komunikan dan pendekatan *motivational appeal*, yakni menjelaskan sambil memotivasi, hasilnya komunikasi yang dilakukan menjadi sejuk dan masyarakat pun dapat memahami pesan yang disampaikan dalam mempromosikan kembali makanan local Sinonggi.
2. Keterlibatan para pejabat pemerintah Kota Kendari sebagai komunikator pemasaran makanan lokal Sinonggi memberikan efek positif sehingga menjadikan makanan lokal Sinonggi sebagai makanan favorit dan *icon* kuliner daerah kota Lolu.

Daftar Pustaka

Adhikarya, Ronny. 1994. *Strategic Extension Campaign*. Roma :Food And Agriculture Organization Of The United Nations

Anonim.2008. Naskah Peraturan Walikota No. 17 Tahun 2008 Tentang Persaudaran Madani.Kendari.

Arifin, Anwar. 1994. *Strategi Komunikasi : Sebuah Pengantar Ringkas*. Bandung : Armico Bandung

Atnan.2012. *Efektivitas Strategi Komunikasi Konsultan dalam Program BLM PNPM – MP di Kabupaten Muna*.Tesis.UGM Yogyakarta.

Basuki, Tjuk Eko Hari., 2009. *Menyemai Benih – Benih Kehidupan : Menapaki Revolusi Hijau (jilid:3)*. Draft Buku, tidak dipublikasikan.

Bungin, B., 2010. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group

Creswell, John W., 2010. *Research Design, Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.

Colletta, Nat J dan Umar Kayam, 1987, *Kebudayaan dan Pembangunan*. Jakarta :Yayasan Obor Indonesia.

Conyers, Diana., 1991, *Perencanaan Sosial di Dunia Ketiga*. Yogyakarta : UGM Press

Effendy, Onong Uchjana. 2006. *Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktek*. PT Remaja Rosdakarya. Bandung.

Fajar, Marhaeni. 2010. *Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktek*. Yogyakarta, Graha Ilmu.

Gamaliel, Hendrik. 2007. *Analisis Kualitas Layanan Instansi Kebersihan dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Masyarakat (Studi pada Pemerintah Kabupaten/Kota Provinsi Sulawesi Utara)*. Program Studi Akuntansi, Bidang Ilmu Sosial, UGM (tidak dipublikasikan)

Deptan, PSEKP., 2006, *Diversifikasi Usaha Rumah Tangga Dalam Mendukung Ketahanan Pangan Dan Penanggulangan Kemiskinan Di Indonesia*, Deptan, Jakarta.

Littlejohn, Stephen W dan Foss, Karen A. 2009.*Theories of Human Communication*.Edisi Bahasa Indonesia. Penerbit Salemba

Humanika. Jakarta.

Malik, Dedy Djamaluddin dan Iriantara, Yosal., 1993. *Komunikasi Persuasif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Mefalopulos, Paolo dan Kamlongera, Chris. 2004. *Participatory Communication Strategy Design*, *A Handbook, Second Edition*. Roma :Food And Agriculture Organization Of The United Nations

Nasir, M, 1988. *Metode Penelitian.* Jakarta, Ghalia Indonesia

Sumardi, Mulyanto dan Hans Dieter Evers, 1982, *Kemiskinan dan Kebutuhan Pokok*, Jakarta, CV.Rajawali dan YII

Tashakkori, Abbas dan Teddlie, Charles. 2010. *Handbook of Mixed Methods ; In Social & Behavioral Research*. Diterjemahkan oleh Daryatno. Yogyakarta, Pustaka Pelajar

VanLoon, Gary; S, G, Patil; L, B, Hugar. 2005. *Agricultural Sustainability*. India, Sage Publications

Mengkomunikasikan Gaya Hidup Melalui Foto Kuliner

Brigitta Revia, Andy Part List* dan *Theresia Intan

Latar Belakang

Peminat sajian kuliner yang terus memburu kuliner baik ditinjau berdasarkan menu makanan yang unik dan tempat kuliner yang menarik, membuat para pebisnis kuliner bersaing ketat dalam bisnis ini. Bisnis kuliner ini masih dinilai sebagai bisnis yang memiliki prospek yang cerah, sehingga hobi makan orang Indonesia menjadi alasan kuat dari penilaian itu, karena kebanyakan orang memiliki hobi makan dan suka mencoba makanan-makanan baru, terlebih lagi wisata kuliner saat ini sudah menjadi tren bagi masyarakat Indonesia (IklanPos edisi November 2014: 2) .

Resto & Bar 1914 Surabaya merupakan salah satu resto di Surabaya yang memiliki konsep resto *Fine dinning, Fine dinning* sendiri memiliki arti khusus dalam dunia kuliner khususnya restoran. *Fine dinning* merupakan restoran dengan tampilan eksklusif dan makanan yang disajikan lebih artistik menggunakan peralatan makan mewah. Resto & Bar 1914 Surabaya pun menerapkan hal yang sama dalam konsep *fine dinning* seperti yang dikatakan oleh Ibenk sebagai Marketing Manager Resto & Bar 1914 Surabaya.

Survey yang dilakukan oleh lembaga GlobalWebIndex pada koran Tempo online (Tempo.co, 2014:1) misalnya, yang menyatakan bahwa Instagram menjadi media sosial dengan peningkatan jumlah pengguna aktif terbesar dalam enam bulan terakhir. Jumlah pengguna aktif Instagram meningkat sebesar 23 persen. Dari 130 juta pengguna pada Juni 2013 menjadi 150 juta per bulan empat tahun lalu. Data terakhir,

jumlah foto yang diunggah ke Instagram sudah mencapai 16 miliar. Setiap hari, 55 juta pengguna mengunggah fotonya. Pengguna Instagram sudah lebih dari 75 juta sehari. Dalam setiap bulan rata-rata pengguna Instagram menghabiskan waktu kunjung selama 257 menit. Setiap hari jumlah orang yang memberi tanda 'like' mencapai 1,2 miliar. Prosentase peningkatan pengguna aktif Instagram ini lebih tinggi dibanding media sosial lain. Namun GlobalWebIndex (dalam Tempo.co) menyebutkan jumlah pengguna aktif sejumlah media ber-*platform* sosial justru menurun, termasuk Facebook. Instagram merupakan media sosial milik Facebook.

Survey berikutnya dikutip dari centroone.com yang menyatakan bahwa sejak Agustus 2012, Instagram berhasil melampaui pengguna harian Twitter untuk pertama kalinya. Data yang dihimpun comScore (dalam centroone.com) menunjukkan perbandingan pertumbuhan pengguna Twitter dan Instagram, masing-masing sejak 2012 yakni Maret 5.529-886, April 5.759-1.375, Mei 5.722-1.878, Juni 6.080-4.589, Juli 6.658-6.312 dan Agustus 6.868-7.302. Dalam data ini, comScore juga menunjukkan bahwa jumlah pengguna aktif harian Instagram meningkat sepuluh kali lipat dalam periode enam bulan terakhir. Sama halnya dengan pengguna Twitter yang juga meningkat, namun pada tingkat yang lebih lambat.

Kemajuan teknologi yang berkembang cepat menimbulkan pengaruh bagi kehidupan sehari-hari masyarakat. Instagram merupakan salah satu contoh dari banyaknya perkembangan social media baru yang terus bermunculan. Sosial media merupakan situs dimana seseorang dapat membuat akun pribadi dan dapat terhubung dengan media social lainnya untuk berbagi informasi dan berkomunikasi dengan orang banyak. Social media seringkali menghapus batasan-batasan ruang pribadi bagi penggunanya. Kemunculan media social ini membuat pengaruh yang cukup besar terhadap gaya hidup masyarakat baik dalam hal ekonomi, social, budaya, tentu saja ada pengaruh positif maupun negatif. Social media digunakan diantaranya untuk menjaga hubungan dengan keluarga dan teman, mencari dan memperoleh informasi serta kabar terbaru yang disediakan oleh sosial media, hingga menunjukkan eksistensi diri. Sosial media bahkan mampu mengubah kebiasaan penggunanya menjadi semakin konsumtif.

Berkembangnya sosial media tentu tidak hanya membawa

unsur negatif. Banyak nilai positif yang juga dapat kita dapatkan dari berkembangnya sosial media terhadap gaya hidup masyarakat. Salah satunya menuntut kita untuk merubah gaya hidup menjadi lebih cerdas, cerdas dalam mencari dan mengolah informasi yang tepat guna. Masyarakat dituntut untuk bekerja lebih cepat, informasi juga bisa didapatkan dengan cepat dan mudah. Manfaat lain dari social media juga dimanfaatkan oleh penggunanya, yaitu mengiklankan produk. Mengiklankan barang melalui social media dianggap efektif dan mampu meningkatkan jumlah pembelian.

Di jaman yang serba modern ini, tak lengkap rasanya bila pebisnis tak memanfaatkan sosial media sebagai salah satu media promosi dan bisnis berbasis teknologi. Bermacam-macam bisnis, mulai dari yang menjajakan produk atau layanan jasa berlomba-lomba untuk mencapai kesuksesan dengan memanfaatkan tersedianya beragam jenis sosial media (www.maxmonroe.com). Seperti yang dilakukan beberapa resto di Surabaya, yang memanfaatkan sosial media untuk mempromosikan produknya. Social media dijadikan alat bagi para pebisnis kuliner untuk menarik minat konsumen. Persaingan industri restoran yang semakin kompetitif telah mendorong para pelaku industri untuk menerapkan inovasi dalam promosi, dalam hal ini penggunaan instagram sebagai media. Restoran telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat di kota besar. Bertumbuhnya insdustri kuliner selain mendorong perkembangan makro ekonomi, juga dipicu oleh gaya hidup masyarakat.

Gaya Hidup

Gaya hidup yang merupakan awal dari sebuah budaya masyarakat dalam mengkonsumsi sebuah produk barang maupun jasa. Pada umumnya, gaya hidup dapat diartikan sebagai cara hidup seseorang. Sebuah gaya hidup merupakan karakteristik perilaku orang lain dan diri sendiri dalam suatu waktu dan tempat, termasuk hubungan sosial, apa saja yang dikonsumsi, hiburan yang dipilih, dan cara berpakaian. Perilaku dalam "gaya hidup" merupakan campuran kebiasaan serta cara-cara konvensional dalam melakukan sesuatu. Sebuah gaya hidup biasanya juga mencerminkan sikap individu, nilai-nilai serta pandangannya mengenai suatu hal. Oleh karena itu, *gaya hidup* adalah sarana untuk menempa kesadaran diri untuk menciptakan budaya/kebiasaan dan simbol-simbol yang beresonansi dengan identitas pribadi.

Untuk lebih mengerti gaya hidup sebenarnya, perlu diperhatikan beberapa pengertian mengenai gaya hidup berikut ini. **Pengertian gaya hidup** menurut *Kotler (2002 : 192)* adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan "keseluruhan diri seseorang" dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia. Menurut *Assael (1984 : 252)* gaya hidup adalah,

> *"A mode of living that is identified by how people spend their time (activities), what they consider important in their environment (interest), and what they think of themselves and the world around them (opinions)".*

Secara umum dapat diartikan sebagai suatu gaya hidup yang dikenali dengan bagaimana orang menghabiskan waktunya (beraktivitas), apa yang penting orang pertimbangkan pada lingkungan (minat), dan apa yang orang pikirkan tentang diri sendiri dan dunia di sekitar (opini). Sedangkan menurut Minor dan Mowen (2002 : 282), gaya hidup menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana membelanjakan uangnya, dan bagaimana mengalokasikan waktu. Selain itu, gaya hidup menurut *Suratno dan Rismiati* (2001 : 174) adalah pola hidup seseorang dalam dunia kehidupan sehari-hari yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapat yang bersangkutan. Gaya hidup mencerminkan keseluruhan pribadi yang berinteraksi dengan lingkungan. Dari berbagai pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapatnya dalam membelanjakan uangnya dan bagaimana mengalokasikan waktu. Faktor-faktor utama pembentuk gaya hidup dapat dibagi menjadi dua yaitu secara demografis dan psikografis. Faktor demografis misalnya berdasarkan tingkat pendidikan, usia, tingkat penghasilan dan jenis kelamin, sedangkan faktor psikografis lebih kompleks karena indikator penyusunnya dari karakteristik konsumen. Tingkat pendidikan yang tinggi mempengaruhi pola pikir masyarakat. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, maka pola pikir masyarakat akan semakin luas dan kritis. Tingkat penghasilan juga mempengaruhi gaya hidup seseorang. Apabila seseorang mempunyai penghasilan yang cukup bahkan banyak, maka orang tersebut akan memiliki kebutuhan yang lebih dalam kesehariannya.

Pembahasan

Kuliner sebagai Bentuk Ekspresi Gaya Hidup

Source	*Message*	*Channel*	*Receiver*
Foto dan *caption* menu makanan dan *venue* di Resto & Bar 1914 Surabaya	Resto & Bar 1914 Surabaya merupakan resto yang memiliki menu dan *venue* yang berkesan klasik dan elegan dari beberapa budaya luar negeri. Menu makanan yang disajikan juga memiliki harga >50 ribu, sehingga pengunjung yang datang ke Resto & Bar 1914 Surabaya tidak lagi berorientasi pada makan, namun lebih pada menonjolkan gaya hidup	@1914surabaya dan akun instagram setiap orang yang pernah mengunjungi Resto & Bar 1914 Surabaya	Target konsumen Resto & Bar 1914 Surabaya yang menggunakan media sosial Instagram pada kategori SES B+ to A

Source

Source atau sumber yang menuangkan bentuk ekspresi gaya hidup ke dalam bentuk kuliner di Resto & Bar 1914 Surabaya adalah foto dan *caption* menu makanan dan *venue* di Resto & Bar 1914 Surabaya

Message dan Channel

Resto & Bar 1914 Surabaya merupakan resto yang memiliki menu dan venue yang berkesan klasik dan elegan dari beberapa budaya luar negeri, yakni Jepang, Meksiko, dan Chicago. Menu makanan yang disajikan juga memiliki harga > Rp. 50 ribu, sehingga pengunjung yang datang ke Resto & Bar 1914 Surabaya tidak lagi berorientasi pada makan,

namun lebih pada menonjolkan gaya hidup.

Resto & Bar 1914 Surabaya menawarkan sesuatu yang unik dan menarik serta berkesan elegan melalui menu makanan, venue yang berbeda-beda dan harga yang dibandrol pada setiap makanan yang disajikan. Dengan mengunjungi salah satu *venue* yang menyajikan makanan baik dari Jepang, Meksiko, Chicago maupun menghabiskan waktu di salah satu ruang barnya, pengunjung dapat mengabadikan momen tersebut dan memublikasikannya ke media sosial instagram sehingga setiap pengguna instagram, terlebih lagi *followers*-nya dapat melihat aktivitasnya di Resto & Bar 1914 Surabaya.

Menikmati hidangan khas luar negeri, seperti Jepang, Meksiko, dan Chicago, atau menikmati minuman beralkohol khas luar negeri bukan merupakan hal yang biasa dialami orang-orang yang belum pernah ke luar negeri dan orang-orang yang tidak memiliki pengetahuan yang cukup luas terhadap budaya luar negeri. Hal ini menimbulkan adanya asumsi bahwa hidangan kuliner yang demikian hanya dapat dinikmati oleh kalangan atas saja, karena hanya masyarakat kalangan atas saja yang mampu memiliki biaya lebih untuk bepergian ke luar negeri, sehingga pernah mencicipi kuliner khas luar negeri. Hanya orang-orang yang berwawasan luas terhadap budaya luar negeri lah yang mau dan mampu menikmati kuliner khas luar negeri. Sehingga menyebabkan adanya kesan 'mahal' pada kuliner yang bertema luar negeri. Dengan adanya asumsi tersebut, rasa ingin 'pamer' muncul pada setiap pengunjung bahwa mereka memiliki cita rasa modern dengan gaya hidup yang tinggi.

Gaya hidup, sebagaimana dikatakan Chaney (dalam Sugihartati, 2010:157) adalah ciri sebuah dunia modern atau modernitas. Artinya, siapa pun yang hidup dalam masyarakat modern, tidak terkecuali remaja urban akan menggunakan gagasan tentang gaya hidup untuk menggambarkan tindakannya sendiri maupun orang lain. Gaya hidup adalah pola-pola tindakan yang membedakan satu orang dengan yang lain. Istilah gaya hidup, baik dari sudut pandang individual maupun kolektif, mengandung pengertian bahwa gaya hidup sebagai cara hidup mencakup sekumpulan kebiasaan, pandangan dan pola-pola repons terhadap hidup, serta terutama perlengkapan untuk hidup. Cara sendiri bukan sesuatu yang alamiah, melainkan hal yang ditemukan, diadopsi atau diciptakan, dikembangkan dan digunakan untuk menampilkan tindakan agar mencapai tujuan tertentu

Dalam kehidupan masyarakat modern, ada hubungan timbal balik dan tidak dapat dipisahkan antara keberadaan citra (*image*) dan gaya hidup (*life style*). Gaya hidup adalah cara manusia memberikan makna pada dunia kehidupannya, membutuhkan medium dan ruang untuk mengekspresikan makna tersebut, yaitu ruang bahasa dan benda-benda, yang di dalamnya citra mempunyai peran yang sangat sentral. Di pihak lain, citra sebagai sebuah kategori di dalam relasi simbolik di antara manusia dan dunia objek, membutuhkan aktualisasi dirinya ke dalam berbagai dunia realitas, termasuk gaya hidup (Piliang dalam Sugihartati, 2010:158). Seorang remaja urban yang ingin membangun citra sebagai remaja yang selalu mengikuti perkembangan jaman, tak bisa dihindari harus mampu mengembangkan gaya hidup, yakni perilaku yang khas dan memiliki selera cita rasa yang memang sesuai dengan tuntutan perkembangan jaman (Sugihartati, 2010:158).

Seperti yang tampak di beberapa foto yang berhubungan dengan Resto & Bar 1914 Surabaya di akun media sosial instagram, ketika para pengunjung mengabadikan momen dengan mengambil gambar dirinya sedang berada di salah satu venue atau mengambil gambar makanan yang dipesannya, sebenarnya mereka sedang menunjukkan gaya hidupnya yang tinggi. Para pengunjung yang datang pun seolah dengan senang hati mempublikasikan bahwa ia sedang berada di Resto & Bar 1914 Surabaya untuk menikmati hidangan khas luar negeri, bahkan sekadar untuk mengobrol santai dan menghabiskan waktu bersama rekan kerja, teman, keluarga dsb.

Menurut perspektif *Cultural Studies*, membeli juga kegiatan konsumsi yang lain adalah lebih dari sekadar aktivitas ekonomi: mengkonsumsi produk atau menggunakan komoditas untuk memuaskan kebutuhan-kebutuhan material, tetapi aktivitas ini juga berhubungan dengan mimpi, hasrat, identitas dan komunikasi atau dalam *istilah Culture Studies* disebut bagian dari budaya pop (Storey dalam Sugihartati, 2010:159). Kecenderungan para pengunjung Resto & Bar 1914 Surabaya, khususnya kalangan remaja untuk memilih tempat makan berkelas menengah ke atas. Hal ini sesuai dengan pernyataan Ibenk (Marketing Manager, wawancara 25 Februari 2015) sebagai berikut:

> "... ya kita ngeliat kondisi sekarang ini lagi *happening* banget yang namanya kuliner gitu kan.. Nah untuk itu, kuliner yang kita punya kan yang belum umum di Surabaya.. Terlebih lagi *venue* yang kita

punya kan bervariasi, *macem-macem gitu*, berkesan klasik juga, jadi harapannya mereka ke sini *ga* cuma karna *feel hungry* aja sih, tapi lebih ke *lifestyle* gitu..”

Kuliner yang pada hakikatnya digunakan untuk memenuhi kebutuhan fisik pun kini mengalami pergeseran makna, yakni sebagai gaya hidup. Berbagai macam varian kuliner kini hadir di Surabaya dengan berbagai macam strategi pula yang diinovasi sedemikian rupa untuk menarik perhatian khalayak.

Jenis kuliner mancanegara dan dengan lokasi yang berkesan klasik elegan ternyata membuat khalayak tertarik untuk datang ke Resto & Bar 1914 Surabaya. Bahkan tidak hanya untuk menikmati hidangan kuliner saja, namun juga untuk mengadakan pertemuan-pertemuan tertentu seperti meeting, gala dinner dsb.

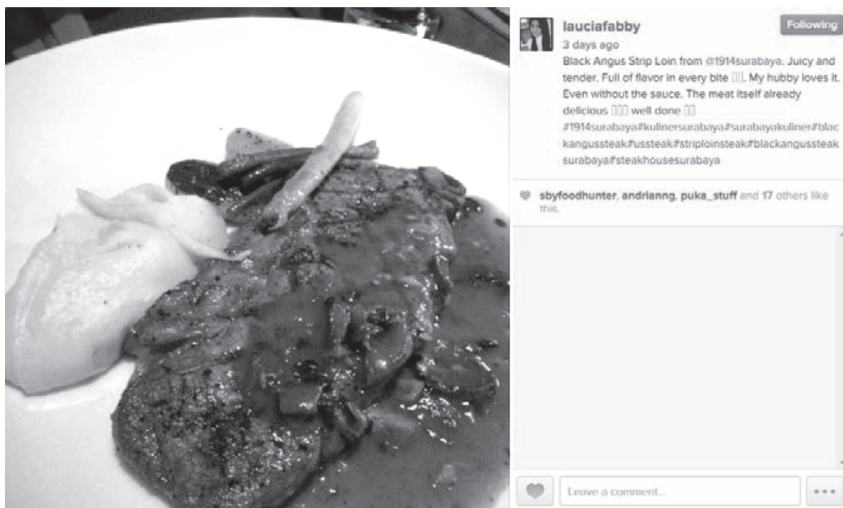
Hal ini ditunjukkan dengan adanya *posting*-an baik dari @1914surabaya maupun dari para pengunjung yang memiliki instagram. Berikut contoh foto-foto yang menunjukkan kuliner sebagai bentuk ekspresi gaya hidup:

Gambar 1. Kuliner sebagai Gaya Hidup

Foto tersebut merupakan *posting*-an dari salah satu pengunjung dengan nama akun @lauciafabby. Jika diteliti berdasarkan foto dan *caption*-nya, @lauciafabby ini sedang menunjukkan gaya hidupnya

yang tinggi. Hal ini didukung oleh Sachari (2002:93) yang menyatakan bahwa gaya hidup masyarakat Indonesia, telah mengalami pergeseran penting pada tahun 1990-an, dengan dominasi ke arah "Westernisasi", hal itu dapat dilihat dari diserapnya gaya-gaya desain 'Barat' dan pola hidup orang-orang Barat dalam kehidupan sehari-hari, seperti bahasa atau percakapan, makanan yang dikonsumsi, dll. Hampir dalam segala peristiwa masyarakat global, salah satu solusi berbahasanya adalah kemampuan berbahasa internasional (Inggris) agar masyarakat Indonesia dapat berpartisipasi dalam realitas dan kontestasi internasional tersebut. Rendahnya kemampuan rata-rata berbahasa Inggris masyarakat Indonesia semakin menyebabkan (masyarakat) Indonesia tidak diperhitungkan dalam skala internasional. Itulah sebabnya, masyarakat Indonesia seolah terpaksa dipacu untuk sedikit banyak mengerti Bahasa Inggris. Bahasa Inggris memposisikan dirinya sebagai aset ekonomi yang penting dalam berbagai praktik kehidupan. Hal ini sesuai dengan pernyataan Ibenk (Marketing Manager, wawancara 25 Februari 2015) sebagai berikut:

> "... kita sesuaikan dengan apa yang menjadi *ehm* kita resto yang konsepnya eksklusif, ya bagi saya Bahasa Inggris itu penting, sesuai dengan foto yang kita tampilkan memang cocok menggunakan Bahasa Inggris, orang yang melihat juga keliatannya ini berkelas *banget* yang di - *post*."

Gambar 2.Kuliner sebagai Gaya Hidup

Gaya hidup yang tinggi tidak hanya ditunjukkan melalui kuliner yang dianggap memiliki cita rasa yang tinggi, namun juga pada hidangan lain yang tidak dimakan, seperti minuman beralkohol atau beer/wine. Berbagai varian beer/wine juga disediakan di Resto & Bar 1914 Surabaya dengan tampilan *venue*, yang klasik nan elegan. Mengutip Rahman (2011:29), minuman beralkohol ini juga merupakan salah satu minuman khas yang biasa dikonsumsi oleh masyarakat budaya Barat, maka hal ini juga termasuk dalam "westernisasi". Orang-orang Barat, khususnya Eropa memang dikenal berjiwa alkoholik. Konon, kesaksian seorang pedagang Singapura keturunan Portugis bernama William Barrington D'Almeida yang mengunjungi Batavia tahun 1860 dapat menunjukkan hal tersebut. Saat itu D'Almeida diundang ke sebuah pesta di sebuah restoran yang ditutup dengan acara minum-minuman keras sepuasnya. D'Almeida mengesankan perdagangan minuman keras sangat bebas saat itu (D'Almeida dalam Rahman, 2011:29). Dari situlah timbul asumsi hingga kini bahwa mengonsumsi minuman beralkohol merupakan bentuk dari gaya hidup kebarat-baratan

Receiver

Sedangkan target *market* spesifik dalam perpaduan kuliner dan seni dalam sebuah inovasi melalui instagram adalah para pengguna aktif[1] maupun pengguna pasif[2] pemilik akun instagram SES B+ ke A, baik yang mem-*follow*[3] @1914surabaya maupun yang belum. Instagram merupakan media sosial yang fokus menampilkan foto atau gambar, sehingga media sosial instagram ini digunakan Resto & Bar 1914 Surabaya untuk menampilkan foto maupun gambar yang berkaitan dengan segala aktivitas.

Foto atau gambar yang diunggah pun harus memiliki kriteria tertentu, karena foto atau gambar yang diunggah tersebut merepresentasikan apa yang ada pada Resto & Bar 1914 Surabaya itu sendiri. Mengutip alikolo.com (2014), untuk memperoleh hasil foto produk yang bagus tidaklah sulit. Cukup dengan peralatan seadanya, cahaya yang mendukung, dan keterampilan fotografi sederhana dapat menghasilkan foto produk yang bagus dan menarik bagi calon pembeli/pengunjung. Cahaya merupakan faktor yang sangat mempengaruhi hasil pengambilan gambar. Hasil foto hendaknya pas untuk dilihat. Tidak terlalu terang *(over)* dan tidak terlalu gelap *(under)* supaya hasil foto jelas dan enak dilihat.

Menurut Ibenk, perlu adanya standar foto yang di-*upload*, tidak sembarang foto. Karena kembali lagi, foto atau gambar yang di-*upload* akun instagram mampu merepresentasikan *image* dari Resto & Bar 1914 Surabaya itu sendiri. Berikut pernyataan Ibenk:

> *"Ehm… kendalanya, paling ini sih… Saya punya standar foto yang kita masukin mesti bagus gitu loh, dalam artian keliatan bagus, ya bagus terus resolusinya bagus gitu, jadi ngga lucu kalo kita post foto yang blur segala macem gitu loh, paling kendalanya kalo misalnya kendalanya kalo misalnya kebeneran ya handphone-nya lagi bermasalah trouble atau segala macem atau kalo secara pribadi karena saya yang pegang, kalo saya lagi sibuk banget atau segala macem gitu doang sih. Tapi saya semaksimal mungkin ya update terus instagram kita gitu."*

Berbeda dengan Ibenk yang lebih memfokuskan pada standar foto sebagai kendala utama, Bellinda menyatakan bahwa kendala pada ada atau tidaknya *moment-moment* tertentu. Berikut pernyataannya:

> "Ehm, *kalo* kendalanya paling ya *cuman* materi yang mau di - *posting* ya. *Kalo* memang lagi *gak* ada *moment* atau apa, kan gak mungkin kita *posting* makanan makanan terus. Itu aja sih mas."

Sama dengan Ibenk, Riska juga menitikberatkan pada standar foto yang hendak di-*upload*. Berikut pernyataan Riska:

> "Kendala sih *gak* terlalu berat mas, paling *cuman* sekedar standar foto yang akan di - *posting* ya. Paling *nggak* harus menarik biar kalo orang lihat itu bisa senang gitu lah, paling *nggak* tertarik. Ya mungkin sama ide-idenya hari ini mau tampilin apa, *gak* mungkin sama terus tiap kali *upload* mas…hehehe."

Adapun efek yang diperoleh dalam menggunakan instagram sebagai alat komunikasi pemasaran, seperti bertambahnya jumlah pengunjung, memudahkan audiens untuk memperoleh informasi terbaru mengenai Resto.

Kesimpulan

Gaya hidup sekarang ini mengalami pergeseran makna ke arah budaya Barat merupakan cara manusia memberikan makna pada kesehariannya, membutuhkan medium dan ruang untuk mengekspresikan makna tersebut, yaitu ruang bahasa dan benda-benda. Hasil penelitian ini

menjelaskan bahwa gaya hidup dapat ditunjukkan melalui kuliner, yang dilihat dari foto Steak yang dipublikasikan, foto desain ruang Resto & Bar 1914 Surabaya yang menunjukkan kesan mewah, dan gaya bahasa yaitu bahasa inggris yang digunakan saat mempublikasikan foto (*caption*). Foto steak yang dipublikasikan menunjukkan gaya hidup budaya barat yang tidak mengkonsumsi nasi sebagai makanan pokok. Berikutnya foto desain ruang Resto & Bar, ruangan itu didesain mewah dan menampilkan minuman khas budaya Barat. Hal ketiga yang ditemukan yaitu penggunaan bahasa inggris saat mempublikasikan foto kuliner. Bahasa Inggris dinilai sebagai aset ekonomi yang penting dalam berbagai praktik kehidupan.

Dari beberapa temuan diatas, dapat disimpulkan bahwa foto kuliner pada instagram Resto & Bar 1914 Surabaya dan penggunanya dapat mengkomunikasikan gaya hidup masyarakat. Khususnya terlihat adanya pergeseran gaya hidup ke arah budaya Barat yang sekarang ini mulai muncul di masyarakat. Mengenal dan mengikuti kuliner baru dianggap perlu untuk mengikuti pergeseran gaya hidup dan budaya tersebut.

---

1. Pengguna aktif adalah pengguna instagram yang mengupload foto dan me-*review timeline* atau *home* secara berkala.
2. Pengguna pasif adalah pengguna instagram yang dalam meng-*upload* foto serta me - *re-view posting* - an akun lain tidak secara berkala.
3. *Follow* adalah istilah untuk mengikuti akun instagram.

Daftar Pustaka

Buku

Arifin, Ali. 2009. *Seni Menjual : Perspektif Bisnis, Ide-ide Penjualan, serta Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Andi

Barger, Christopher. 2012. *The Social Media Strategist : Build a Successful Program from the Inside Out.* United States: McGraw-Hill.

Belch, George dan Belch, Michael. 2009. *Advertising and Promotion: And Integrated Marketing Communcation Perspective, Eighth Edition*. San Diego: McGraw-Hill.

Bungin, Burhan. 2010. *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial lainnya*. Jakarta: Kencana.

Daymon, Christine dan Holloway, Immy. 2007. *Metode-Metode Riset Kualitatif dalam Public Relations dan Marketing Communications*. Jakarta: Bentang Pustaka.

Dharmawan, Bagas. 2013. *Belajar Fotografi dengan kamera DSLR*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press

Gregory, Anne. 2004. *Public Relations In Practice*. Jakarta: Erlangga

Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga

Hidayat, Dasrun. 2014. *Media Public relations*. Yogyakarta : Graha Ilmu

Moleong, Lexy J. 2008. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Sachari, Agus. 2002. *Sosiologi Desain*. Bandung: Penerbit ITB

Shimp, Terence. 2003. *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Soemanagara, RD. 2008 *Strategic Marketing Communication*. Bandung: Alfabeta.

Majalah

Aruman.2010. *MIX: Marketing Communication*. Jakarta: PT.SWA Media Investindo (Edisi VII 1 Mei 2010)

----, IklanPos. Surabaya: Jawa Pos Media Grup (Edisi November 2014)

Jurnal

Octaviani, M. (2012). Menumbuhkan Kesadaran Merk Melalui Media Sosial. Jurnal Ilmu Komunikasi

Internet

http://en.wikipedia.org/wiki/TripAdvisor

http://tekno.kompas.com/read/2014/01/26/1404307/Pertumbuhan.Pengguna.Instagram.Paling.Pesat

http://www.centroone.com/lifestyle/2012/09/4a/survei-pengguna-instagram-lebih-banyak-ketimbang-twitter/

http://www.jagatreview.com/2012/10/restoran-new-york-manfaatkan-instagram-untuk-tampilkan-menu/

https://www.maxmanroe.com/ajbombers-restoran-burger-kecil-yang-sukses-memanfaatkan-media-sosial.html

http://www.tabloidbintang.com/articles/berita/polah/15994-usai-shading-alis-syahrini-menamainya-alis-semut-beriring

http://www.tempo.co/read/news/2014/01/27/072548613/Pengguna-Aktif-Instagram-Naik-Pesat

http://www.the-marketeers.com/archives/72782.html

http://www.tripadvisor.co.id/ (diakses pada 12 Desember 2014)

http://1914surabaya.com/

http://idnews.web.id/2014/06/24/manfaatkan-instagram-sebagai-media-promosi-bisnis-anda/ (diakses pada 17 Maret 2015)

https://www.maxmanroe.com/mengenal-3-perkembangan-teknologi-sosial-media.html (diakses pada 17 Maret 2015)

http://indonesia.smetoolkit.org/indonesia/id/content/id/531/Analisis-Kompetitif-yang-Efektif

Wawancara

Atmaja, Dessy (2014, December 16). Why use Instagram for Domicile's marketing strategy. (A. P. List, interviewer)

Bellinda. (2014, October 28). All about Resto & Bar 1914 Surabaya. (A. P. List, Interviewer)

Mutia (2014, December 16). Why use Instagram for Domicile's marketing strategy. (A. P. List, interviewer

Santoso, J. (2014, November 5). Promotion way at Society Complex. (A. P. List, Interviewer)

Zamil. (2004, November 4). Why interested to Resto & Bar 1914 Surabaya. (A. P. List, interviewer)

Bagian IV. Komunikasi dan Budaya Populer

Aku Bertato Maka Aku Ada (Kajian Media dan Budaya Pop)

Gregorius Genep Sukendro

Pendahuluan

Judul di atas bagian dari *plesetan Cogito Ergo Sum* (aku berpikir maka aku ada) yang digagas oleh bapak filsafat modern, Rene Descartes, seorang filsuf berkebangsaan Perancis yang hidup pada abad ke-16. Di sini Descrates berpendapat bahwa basis "kebenaran" hanya akan didapat melalui rasionalitas dan sistematis bukan hanya sekadar kepastian yang diyakini. Dan di Indonesia ada plesetan lain lagi untuk buah dari pemikiran Descartes ini, yaitu bentuk sindiran yang sangat 'dalam' untuk menandai orang yang suka belanja "*aku belanja maka aku ada*".

Mungkin, sebenarnya plesetan hasil dari pemikiran Descartes ini bisa berlaku untuk seluruh umat manusia dibelahan mana pun. Karena manusia modern sebagian besar meng-ada-kan dirinya lebih kepada fisiknya, bukan ada karena dari buah-buah pemikirannya, aku berpikir maka aku ada itu.

Ada, adalah bagian dari identitas, maka identitas akan selalu mengalami perubahan, pada kadar sekecil apapun sesuai dengan perubahan sejarah dan kebudayaan di zamannya. Percepatan tempo kehidupan sekarang ini dalam masyarakat pascaindustri, yang bagian dari percepatan pergantian tanda, citra, makna, kode, dan tafsiran simbolik, menggiring ke dalam kondisi yang di sebut kondisi ekstase kecepatan. Itu sebuah kondisi dimana manusia tergilas dalam arus kecepatan, sehingga para pelaku identitas tidak mampu menyerap dan mengendapkan segala perubahan menjadi sesuatu yang bermakna atas dirinya.

Pemetaan sebuah identitas di era pascamodern mempunyai tiga turunan, yang dimana identitas adalah sesuatu yang bisa diterima, dirayakan, diadopsi. Akan tetapi sebaliknya juga bisa juga bisa ditentang, disangkal atau ditolak dalam sebuah wacana. Identitas itu meliputi:

1. Wacana geopolitik: konsep negara-bangsa, menjadikan wahana nation-state sebagai sebuah perekat identitas.
2. Wacana sosio ekonomi: konsep sistem ekonomi khususnya ekonomi kapitalis global (percepatan perubahan identitas yang menggiring pada berbagai paradoks identitas).
3. Wacana kultur-spiritual: kehidupan keberagamaan dan spiritualitas, bagaimana identitas dipertahankan, dipelihara, dan dilestarikan lewat berbagai institusi keagamaan, moral dan kultural.

Gelombang besar globalisasi ekonomi memberikan identitas baru kepada masyarakat yaitu sebuah budaya baru yang bernama konsumerisme. Konsumenrisme telah menggiring masyarakat kearah sebuah bentuk kehidupan budaya baru, yang dicirikan semakin terpusatnya kehidupan masyarakat pada dunia konsumsi, semakin terpusatnya kehidupan pada dunia objek (material *culture*). Budaya konsumerisme sebagai sesuatu yang mengalir, bergerak, dan berubah tanpa perlu mengikatkan diri atau terpancang pada sebuah pondasi yang tetap (ideologi, kepercayaan, dan pengetahuan). Dunia konsumerisme membentuk sebuah ruang sosial, yang di dalamnya para konsumer dikonstruksi kehidupan sosialnya. Sehingga ia mengikuti arus perubahan tanda, makna, citra dan identitas yang mengalir tanpa henti. Identitas personal dikonstruksi oleh pihak lain (produsen) dengan cara yang sangat agresif dan seduktif (menggiurkan). Produsen menciptakan "ilusi kebebasan" memilih beragam identitas lewat produk dan komoditi, yang sudah diatur temponya secara sistematis oleh produsen. Dunia konsumerisme menjadi sebuah dunia permainan gaya, image, citra, *lifestyle*, yang bersifat material, imanen (tetap ada) dan sekuler (yang bersifat duniawi) yang tidak menyediakan ruang bagi "pencerahan jiwa".

Jadi di dalam dunia atas nama kapitalisme, tubuh menjadi semacam titik sentral dari aktivitas ekonomi. Tubuh tidak saja dijadikan sebagai komoditi, akan tetapi digunakan pula sebagai komoditi untuk menjual komoditi, tubuh sebagai alat komunikasi berjalan.

Konteks pemahaman tattoo (baca: tatu). Secara bahasa, tato berasal dari kata "tatau" dalam bahasa Tahiti. Menurut *Oxford Encyclopedic Dictionary ~ tattoo v.t. Mark (skin) with permanent pattern or design by puncturing it and inserting pigment; make (design) thus ~ n. Tattooing (Tahitian tatau).* Dalam bahasa Indonesia, istilah tato merupakan adaptasi, dalam bahasa Indonesia tato istilah "rajah". Tato merupakan medium *body decorating* dengan menggambar kulit tubuh dengan alat tajam (berupa jarum, tulang,

dan sebagainya), kemudian bagian tubuh yang digambar tersebut diberi zat pewarna atau pigmen berwarna-warni. Tato dianggap bagian dari kegiatan seni; terdapat kegiatan menggambar pola atau pun desain tato. Nilai seni muncul sebagai sebuah entitas yang emosional, individualistik, dan ekspresif. Berkaitan dengan tato, memang dapat dikatagorikan sebagai entitas seni karena selain merupakan wujud kasat mata berupa artefak yang dapat dilihat, dirasakan, ia juga menyangkut nilai-nilai estetis, sederhana, bahagia, emosional, hingga individual dan subjektif (Sumardjo, 2000:15-18).

Apa ideologi di balik suku-suku kuno di dunia membuat tato? Bangsa Yunani kuno memakai tato sebagai tanda pengenal para anggota dari badan intelijen mereka, alias mata-mata perang pada saat itu. Di sini tato menunjukan pangkat dari si mata-mata tersebut. Berbeda dengan bangsa Romawi, mereka memakai tato sebagai tanda bahwa seseorang itu berasal dari golongan budak, dan tato juga dirajahi ke setiap tubuh para tahanannya. Suku Maori di New Zealand membuat tato berbentuk ukiran-ukiran spiral pada tempat-tempat tertentu. Menurut mereka, ini adalah tanda bagi keturunan yang baik. Di Kepulauan Solomon, tato ditorehkan di wajah perempuan sebagai ritus untuk menandai tahapan baru dalam kehidupan mereka. Hampir sama seperti di atas, orang-orang Suku Nuer di Sudan memakai tato untuk menandai ritus inisiasi pada anak laki-laki. Orang-orang Indian melukis tubuh dan mengukir kulit mereka untuk menambah kecantikan atau menunjukkan status sosial tertentu.

Gambar 1. Sejarah dari sebuah tato tadisional
(Sumber: http://edition.cnn.com/2014/09/22/living/what-we-can-learn-from-the-tattoos-of-our-ancestors/)

Konstruksi Sosial

Berger menyatakan bahwa masyarakat adalah produk dari manusia, namun masyarakat ini secara terus menerus mempunyai aksi kembali terhadap manusia (pembuatnya). Sehingga manusia pun adalah produk masyarakat. Dalam hal ini terjadi proses dialektis. Proses dialektis inilah yang terbagi menjadi 3 tahap, yang dinyatakan oleh Berger adalah momen, yaitu :

1. Eksternalisasi. Usaha untuk ekspresi diri manusia ke dalam dunia, baik dalam kegiatan mental maupun fisik. Ini sudah menjadi sifat dasar dari manusia, Manusia akan selalu mencurahkan diri ke tempat dimana ia berada. Pada tahap ini manusia mengalami proses penyesuaian diri dengan dunia sosiokultural sebagai produk manusia.
2. Objektivasi. Hasil yang telah dicapai, baik mental maupun fisik dari kegiatan eksternalisasi. Hasil itu menghasilkan realitas objektif yang bisa jadi akan menghadapi si penghasil itu sendiri sebagai suatu aktivitas yang berada diluar dan berlainan dari manusia yang menghasilkannya. Ini adalah tahap interaksi sosial yang terjadi dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami proses institusionalisasi.
3. Internalisasi. Proses ini lebih merupakan penyerapan kembali dunia objektif ke dalam kesadaran sedemikian rupa sehingga subjektif individu dipengaruhi oleh stuktur dunia sosial. Berbagai macam unsur dari dunia yang telah terobjektifkan tersebut akan ditangkap sebagai gejala realitas di luar kesadarannya, sekaligus sebagai gejala internal bagi kesadaran. Melalui proses internalisasi, manusia menjadi hasil dari masyarakat (Eriyanto, 2002 : 14-15).

Berger memberi pandangan tentang bagaimana cara meneliti pengalaman intersubjektif sehingga ditemukan bangunan atau konstruksi sosial dari kenyataan. Penerapan dalam tulisan ini mencoba mengkonstruksikan tato yang semakin lama memengaruhi gaya hidup. Manusia adalah pencipta kenyataan sosial yang objektif melalui proses eksternalisasi, sebagaimana kenyataan objektif memengaruhi kembali manusia melalui proses internalisasi (yang mencerminkan kenyataan subjektif). Dengan kemampuan berpikir dialektis; terdapat tesa, antitesa dan sintesa. Berger memandang masyarakat sebagai produk manusia dan manusia sebagai produk masyarakat.

Objektivasi menjelaskan bahwa harus diakui adanya eksistensi kenyataan sosial objektif yang ditemukan dalam hubungan individu dengan lembaga-lembaga sosial (salah satu lembaga sosial yang besar adalah negara). Aturan sosial atau hukum yang melandasi lembaga-lembaga sosial bukanlah hakikat dari lembaga itu, karena lembaga itu ternyata hanya produk buatan manusia. Pemaksaan dari struktur sosial yang objektif merupakan suatu perkembangan aktivitas manusia dalam proses eksternalisasi atau interaksi manusia dengan struktur-struktur sosial yang sudah ada.

Budaya Populer

First of all, culture can be used to refer to 'a general process of intellectual, spiritual, and aesthetic development'. A second use of the word culture might be to suggest 'a particular way of life, whether of a people, a period, or a group'. Finally, culture could be used to refer to 'the works and practices of intellectual and especially artistic activity (John Storey, 1993).

Raymond Williams memberikan empat definisi tentang populer yakni: *pertama*, populer adalah banyak disukai oleh orang. *Kedua*, populer adalah jenis kerja rendahan. *Ketiga* populer adalah karya yang dilakukan oleh orang untuk membuat senang orang lain dan yang keempat, populer adalah budaya yang memang dibuat untuk menyenangkan orang lain. Berikut ini adalah beberapa pengertian tentang budaya populer dari berbagai sumber, yakni :

1. Budaya populer atau *pop culture* dalam *Pengantar Menuju Budaya Populer*, St. Sunardi (2003) mengatakan bahwa budaya populer adalah budaya yang lahir atas kehendak media.
2. Dalam konteks budaya rakyat (*folk culture*) budaya populer didefinisikan sebagai budaya rakyat jelata yang tumbuh kemudian dimilki dan dialami rakyat jelata yang berbeda dengan para bangasawan yang menganut dan mengalami budaya tinggi.
3. Budaya populer juga dapat diartikan sebagai budaya yang menyenangkan dan banyak disukai oleh orang.
4. Budaya populer juga dapat didefinisikan sebagai budaya yang berfungsi mengakomodasi wujud-wujud budaya yang tidak dapat dikatagorikan budaya tinggi.

5. Budaya populer juga dapat didefinisikan sebagai budaya komersial yang merupakan dampak dari produksi massal yang dilakukan oleh media.
6. Menurut MacDonald, budaya populer adalah sebuah kekuatan dinamis yang menghancurkan batasan kuno, tradisi, selera dan mengaburkan segala macam perbedaan.
7. Menurut Fiske, budaya populer merupakan sebuah wujud alat perlawanan terhadap budaya dominan.
8. Menurut Ray B Brownie, budaya populer adalah budaya yang ada di dunia ini, di sekeliling kita yang meliputi sikap kita, perilaku kita, bagaimana kita bertindak, apa yang kita makan, apa yang kita pakai, banguna-banguna yang ada di sekiling kita, jalan-jalan disekitar kita, apa maksud dari perjalanan kita, hiburan-hiburan kita, olahraga yang kita lakuakan, politik kita, aktivitas-aktivitas kita yang lain serta bagaimana bentuk dan cara mengontrolnya. Dengan kata lain, seperti air dan ikan yang tidak dapat dipisahkan, itulah dunia yang kita tinggali.
9. Stuart Hall menyatakan bahwa budaya populer merupakan medan pergulatan yang mencakup muncul dan bertahannya hegemoni.

Budaya populer perkembangannya ditandai dengan munculnya sinema dan radio, produksi massal dan konsumsi kebudayaan, bangkitnya fasisme dan kematangan demokrasi liberal di sejumlah negara Barat. Budaya populer pertama kali dipersoalkan oleh Mazhab Frankfurt. Mazhab ini didirikan pada tahun 1923. Para pendirinya pada umumnya merupakan para intelektual Yahudi, bangsa Jerman sayap kiri yang berasal dari kelas atas dan menengah masyarakat Jerman. Fungsi mazhab ini adalah untuk pengembangan teori dan penelitian kritis. Kegiatan ini melibatkan karya intelektual yang bertujuan mengungkapkan kontradiksi-kontradiksi sosial yang melatarbelakangi lahirnya masyarakat kapitalis pada masa itu maupun kerangka-kerangka ideologis umum untuk membangun sebuah kritik teoritis terhadap kapitalisme modern. Dari sekian banyak kaum intelektual menonjol yang kadang-kadang dikaitkan dengan mazhab tersebut, di antaranya yang paling penting adalah Adorno (1903-1970), Horkheimer (1895-1973) dan Marcuse. Budaya populer diangkat menjadi persoalan dalam mazhab ini karena budaya populer bertentangan dengan semangat pencerahan, misalnya: individu melebur dalam massa, dan rasionalitas

dalam kenikmatan. Mazhab ini melihat massa sebagai yang dibuat bodoh oleh "industri budaya" kapitalis.

Budaya populer berkaitan dengan budaya massa. Budaya massa adalah budaya populer yang dihasilkan melalui teknik-teknik industrial produksi massa dan dipasarkan untuk mendapatkan keuntungan dari khalayak konsumen massa. Budaya massa ini berkembang sebagai akibat dari kemudahan-kemudahan reproduksi yang diberikan oleh teknologi seperti percetakan, fotografi, perekaman suara, dan sebagainya. Akibatnya musik dan seni tidak lagi menjadi objek pengalaman estetis, melainkan menjadi barang dagangan yang wataknya ditentukan oleh kebutuhan pasar. Budaya populer ini juga oleh orang atau kelompok tertentu disebut sebagai *McWorld*, yaitu produk budaya populer yang dikendalikan oleh perdagangan kaum ekspansionis.

Konstruksi Sosial Media Massa

Teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas oleh Peter L. Berger dan Luckman telah mengalami peralatan dengan melihat variabel atau fenomena media massa menjadi sangat substansi dalam proses eksternalisasi, subjektivasi, dan internalisasi inilah yang kemudian dikenal sebagai "konstruksi sosial media massa". Substansi dari konstruksi sosial media massa ini adalah pada sirkulasi informasi yang cepat dan luas sehingga konstruksi sosial berlangsung dengan sangat cepat dan sebarannya merata. Dalam pandangannya proses konstruksi sosial media massa melalui tahapan sebagai berikut :

Pertama, tahap menyiapkan materi konstruksi. Menyiapkan materi konstruksi sosial media massa adalah tugas redaksi media massa, tugas itu didistribusikan pada desk editor yang ada di setiap media massa. Masing-masing media memiliki *desk* yang berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan dan visi suatu media. Isu-isu penting setiap hari menjadi fokus media massa, terutama yang berhubungan tiga hal yaitu kedudukan, harta, dan perempuan. Ada tiga hal penting dalam penyiapan materi konstruksi sosial yaitu :

a. Keberpihakan media massa kepada kapitalisme. Sebagaimana diketahui, saat ini hampir tidak ada lagi media massa yang tidak dimiliki oleh kapitalis. Dalam arti kekuatan-kekuatan kapital untuk menjadikan media massa sebagai mesin penciptaan uang dan pelipatgandaan modal.
b. Keberpihakan semu kepada masyarakat. Bentuk dari keberpihakan

ini adalah dalam bentuk empati, simpati dan berbagai partisipasi kepada masyarakat, namun ujung-ujungnya adalah juga untuk menjual berita demi kepentingan kapitalis.

c. Keberpihakan kepada kepentingan umum. Bentuk keberpihakan kepada kepentingan umum dalam arti sesungguhnya sebenarnya adalah visi setiap media massa, namun akhir-akhir ini visi tersebut tak pernah menunjukkan jati dirinya, namun slogan-slogan tentang visi ini tetap terdengar.

Jadi, dalam menyiapkan materi konstruksi, media massa memosisikan diri pada tiga hal tersebut di atas. Namun pada umumnya keberpihakan pada kepentingan kapitalis menjadi sangat dominan mengingat media massa adalah mesin produksi kapitalis yang mau ataupun tidak harus menghasilkan keuntungan.

Kedua, tahap sebaran konstruksi. Sebaran konstruksi media massa dilakukan melalui strategi media massa. Konsep konkret strategi sebaran media massa masing-masing media serbeda, namun prinsip utamanya adalah *real time*. Media cetak memiliki konsep *real time* terdiri dari beberapa konsep hari, minggu atau bulan, seperti terbitan harian, terbitan mingguan atau terbitan beberapa mingguan atau bulanan. Walaupun media cetak memiliki konsep *real time* yang sifatnya tertunda, namun konsep aktualitas menjadi pertimbangan utama sehingga pembaca merasa tepat waktu memperoleh berita tersebut.

Pada umumnya sebaran konstruksi sosial media massa menggunakan model satu arah, dimana media menyodorkan informasi sementara konsumen media tidak memiliki pilihan lain kecuali mengonsumsi informasi itu. Prinsip dasar dari sebaran konstruksi sosial media massa adalah semua informasi harus sampai pada pembaca secepatnya dan setepatnya berdasarkan pada agenda media. Apa yang dipandang penting oleh media menjadi penting pula bagi pembaca.

Ketiga, tahap pembentukan konstruksi realitas. Tahap berikut setelah sebaran konstruksi, dimana pemberitaan telah sampai pada pembaca yaitu terjadi pembentukan konstruksi di masyarakat melalui tiga tahap yang berlangsung secara generik. *Pertama*, konstruksi realitas pembenaran; *kedua*, kesediaan dikonstruksi oleh media massa; *ketiga*, sebagai pilihan konsumtif. Tahap pertama adalah konstruksi pembenaran sebagai suatu bentuk konstruksi media massa yang terbangun di masyarakat yang cenderung membenarkan apa saja yang ada (tersaji) di media massa sebagai sebuah

realitas kebenaran. Dengan kata lain, informasi media massa sebagai otoritas sikap untuk membenarkan sebuah kejadian. Tahap kedua adalah kesediaan dikonstruksi oleh media massa, yaitu sikap generik dari tahap pertama. Bahwa pilihan seseorang untuk menjadi pembaca media massa adalah karena pilihannya untuk bersedia pikiran-pikirannya dikonstruksi oleh media massa. Tahap ketiga adalah menjadikan konsumsi media massa sebagai pilihan konsumtif, dimana seseorang secara habit tergantung pada media massa. Media massa adalah bagian kebiasaan hidup yang tak bisa dilepaskan. Pada tingkat tertentu, seseorang merasa tak mampu beraktivitas apabila apabila ia belum membaca koran.

Pembentukan konstruksi citra bangunan yang diinginkan oleh tahap konstruksi. Dimana bangunan konstruksi citra yang dibangun oleh media massa ini terbentuk dalam dua model: 1) model *good news,* model *good news* adalah sebuah konstruksi yang cenderung mengonstruksi suatu pemberitaan sebagai pemberitaan yang baik. Pada model ini objek pemberitaan dikonstruksi sebagai sesuatu yang memiliki citra baik sehingga terkesan lebih baik dari sesungguhnya kebaikan yang ada pada objek itu sendiri, dan 2) model *bad news*, pada model *bad news* adalah sebuah konstruksi yang cenderung mengkonstruksi kejelekan atau cenderung memberi citra buruk pada objek pemberitaan sehingga terkesan lebih jelek, lebih buruk, lebih jahat dari sesungguhnya sifat jelek, buruk, dan jahat yang ada pada objek pemberitaan itu sendiri.

Empat, tahap konfirmasi. Konfirmasi adalah tahapan ketika media massa maupun pembaca memberi argumentasi dan akuntabilitas terhadap pilihannya untuk terlibat dalam tahap pembentukan konstruksi. Bagi media, tahapan ini perlu sebagai bagian untuk menjelaskan mengapa ia terlibat dan bersedia hadir dalam proses konstruksi sosial. Ada beberapa alasan yang sering digunakan dalam konfirmasi ini yaitu; a) kehidupan modern menghendaki pribadi yang selalu berubah dan menjadi bagian dari produksi media massa, b) kedekatan dengan media massa adalah *life style* orang modern, dimana orang modern sangat menyukai popularitas terutama sebagai subjek media massa itu sendiri, dan c) media massa walaupun memiliki kemampuan mengkonstruksi realitas media berdasarkan subyektivitas media, namun kehadiran media massa dalam kehidupan seseorang merupakan sumber pengetahuan tanpa batas yang sewaktu-waktu dapat diakses.

Pembahasan

> *…Siapa pun orang dewasa yang sehat jasmani dan rohani bisa mendonorkan darahnya demi kemanusiaan. Namun tidak demikian halnya orang dewasa yang bertato…..Hal ini rupanya baru diketahui aktor Rio Dewanto, namun tak menghalangi niatnya untuk menjadi pendonor darah. Ia pun berpartisipasi di ajang donor darah yang diselenggarakan PMI bekerja sama dengan produsen minuman berenergi. Suami aktris Atiqah Hasiholan ini tak gentar, karena toh dirinya telah memiliki tato sejak lama, 2011…(http://www.cnnindonesia.com/hiburan/20150511130101-234-52505/bertato-tak-halangi-niat-rio-dewanto-jadi-pendonor-darah/)*

Masyarakat modern menciptakan gaya hidup yang dikendalikan oleh sifat "kesementaraan" atau "semu" dalam segala hal, mulai dari kesementaraan citra, tanda, makna, identitas dan ideologi. Kondisi untuk melihat masa kini sebagai sesuatu yang bersifat temporer. Gejala ini disebut sebagai "gagap *culture*" akan rangkaian hasrat, citra, dan kejutan-kejutan yang silih berganti dengan kecepatan tinggi, telah membawa hampir setiap energi manusia hanya untuk "dunia materi/dunia penampakan" dan tidak menyisakan untuk "ada dalam berpikir".

Perjumpaan era pop atas tubuh, bagi sebagian orang merupakan media yang tepat untuk berekspresi dan eksperimen. Tubuh, menurut Bruner (1986) menjadi sangat vital karena ia merupakan ruang perjumpaan antara individu dan sosial, ide dan materi, sakral dan profan, transenden, dan imanen. Tubuh dengan posisi ambang seperti itu tidak saja disadari sebagai medium bagi merasuknya pengalaman ke dalam diri, tetapi juga merupakan medium bagi terpancarnya ekspresi dan aktualisasi diri. Bahkan lewat dan dalam tubuh, pengalaman dan ekspresi terkait secara dialektis. Maka tak mengherankan jika kemudian timbul aktivitas dekorasi tubuh seperti tato. Dari sinilah tato masuk dalam budaya pop.

Dalam perkembangannya tato mengalami perubahan makna. Saat ini bisa dikatakan tato tercerabut dari akar dan ideologinya. Tato cenderung dimaknai sekadar gaya fashion yang praktiknya banyak dipengaruhi gaya hidup dan uang. Tato bukan lagi sebagai identitas kolektif, semangat perlawanan, atau spiritualitas, dan ideologi seperti sebelumnya. Dalam beberapa golongan tato menjadi bagian simbol modernitas, seperti yang dicontohkan oleh banyak selebritis di mana pun. Media massa cukup andil memberikan semaian tato dan gaya hidup.

Gambar 2. Beberapa selebritis Indonesia yang tubuhnya bertato.
(Sumber: http://showbiz.liputan6.com/read/2165407/seksinya-tato-di-tubuh-artis-artis-cantik-ini?p=0)

Perkembangan tato di Indonesia saat ini mencapai tahap yang makin terbuka. Bergerak dari tren *fashion* masyarakat perkotaan, meski masih dilakukan di tempat tertutup ruang prakti artis tato menjadi perayaan yang terbuka dan massal. Fenomena ini, merupakan pergeseran dari fase kriminalisasi, ketika orang bertato identik dengan penjahat. Hatib Abdul Kadir dalam bukunya yang berjudul Tato bergerak di dua ranah; teori-teori budaya dan sejarah. Seperti diungkapkan bahwa, "Tato akan sangat bergantung pada tiga konteks pemaknaan, yakni kejadian historis, lokasi teks, dan formasi budaya pembacanya".

Tato yang sekarang ini telah mengalami pergeseran dan mamasuki rana antroposentris. Sebelumnya tato hanya bernilai religius transendental dan magis pada masyarakat suku pedalaman. Tato yang kini telah menjadi fenomena kebudayaan masif yang mampu menimbulkan kesan interpretatif. Kegiatan intepretatif inilah yang disinggung oleh Geertz bahwa kebudayaan adalah jalinan makna dimana manusia menginterpretasikan pengalaman-pengalamannya dan selanjutnya. Hal tersebut menuntun tingkah lakunya. Ketika manusia mengurangi, menambahi dan mengubah bagian tubuhnya maka akan memunculkan simbol atau makna semiotik yang dapat dibaca dengan beragam makna.

Makna tato kekinian harus dilihat dari perspektif budaya baru, budaya universal. Tato secara pemaknaan telah mengalami *ameliorasi*

(perluasan). Bila semula tato merupakan bagian dari budaya ritual etnik tradisional, kini mengalami perkembangan yang meluas, tato menjadi sebuah budaya pop. Definisi sederhana dari populer itu sendiri adalah sesuatu yang dapat diterima, disukai, atau disetujui oleh masyarakat banyak. Seiring perubahan zaman, tato bergerak dan berubah dalam berbagai bentuk dan pemaknaan. Mulai dari fungsi tato yang erat dengan nilai-nilai tradisional dan religius, lalu tato sebagai penanda suatu suku dan status, kemudian kepada masa pemaknaan tato sebagai identitas kelompok kriminal, hingga perkembangan tato sebagai budaya populer atas sebuah gaya hidup.

Pemaknaan tato sebagai budaya populer (*pop culture*), disebabkan oleh tato yang telah terikat oleh formula produksi dan telah menjadi komoditas komersil dalam industri hiburan. Penggunaan tato secara komersil tidak lagi membuat pengguna tato tersebut merasa canggung untuk memperlihatkan simbol yang melekat abadi di tubuhnya dalam ranah publik. Pemaknaan ini dibangun oleh media massa yang mempopulerkan tato masuk dalam ranah-ranah privasi

Kepopuleran tato sebagai gaya hidup dan pemaknaan simbol-simbolnya sebagai fashion, tidak terlepas dari peran besar media massa yang menginformasikan tentang tato dalam ranah publik, baik itu dalam pemberitaan melalui media cetak maupun media elektronik. Sehingga, media massa merupakan unsur pendorong atas semaraknya tato sebagai *pop culture*. Media massa membawa tato dari ranah yang bersifat privat, kepada ranah dengan tema-tema yang bersifat publik. Oleh karena itu tidak salah jika Thomson mengatakan bahwa dunia publik telah dibangun kembali dalam zaman elektronika, baik secara teknologi, maupun secara sosial. Dengan penjajahan media baru yang massif dari rumah ke rumah. Sebab informasi dan alurnya juga meliputi langit bebas dan dipergunakan secara bersama-sama. Tato dan *pop culture*, sebagai identitas sebuah kelompok masyarakat, tidak luput dari pengaruh media massa.

Dimana tato awalnya dinilai sebagai simbol yang tidak sembarang individu dapat memilikinya. Menanamkan tato pada tubuh haruslah melewati proses yang rumit, panjang, berat dan menyakitkan, sehingga pemilik simbol tersebut sungguhlah seorang yang menyandang kepribadian yang sesuai dengan tato yang ada pada tubuhnya. Akan tetapi, atas perubahan pemaknaan atas tato sebagai *pop culture* yang

berdampingan dengan komersial industri hiburan dan gaya hidup, membuat semua orang dapat memiliki tato tanpa harus bersusah payah melewati berbagai proses ritual kuno yang dianggap ketinggalan zaman, fenomena tato sebagai pop culture banyak ditemui dalam kemudahaan dan menjadi hal yang remeh temen kekinian.

Raymond Williams dalam Keywords (1976), mengatakan tato telah manjadi fenomena budaya termasuk kedalam budaya pop, hal tersebut nampak dari tato yang banyak digunakan oleh kalangan muda dan dirasa cukup menyenangkan. Apa yang telah diungkapkan oleh williams mengenai kebudayaan sering disebut dengan "struktur perasaan" dimana nilai-nilai yang di anut oleh individu dalam masyarakat dapat terbaca melalui catatan dokumenter yang tersaji. Toto yang dulu merupakan budaya tinggi mulai bergeser menjadi budaya pop (Smith, 2001).

Sosiolog Perancis, Bourdieau, menambahkan pernyataan Williams mengenai budaya pop sebagai budaya komersial dampak dari produksi masal dan mendapat pengawasan secara sosiologis. Sedangkan budaya tinggi adalah kreasi individu yang kreatif dan mendapat pengawasan secara estetis dan moral, sedangkan Bourdieau ingin membuat kelas budaya dalam aktivitas sosial yang dilakukan manusia. Salah satu pembedanya adalah selera. Akibatnya budaya pop cenderung dianggap sebagai budaya kelas dua yang inferior. Superioritas budaya tinggi dipertentangkan dengan budaya pop. Dalam mengamati fenomena tato itu sendiri dapat kita lihat, ketika awalnya tato tindakan yang sakral yang hanya dihayati dan diguakan oleh kelas kelas tertentu dalam masyarakat tradisional masuk kedalam tataran profan, dimana si pemakai bisa menggunakan tato tanpa adanya tekanan bahkan ritual ritual dan ikatan dari agama, disinilah tato menjadi budaya pop.

Mengacu dari berbagai budaya material, sesungguhnya Indonesia mengenal tato sejak sekitar awal masuknya masehi namun tato secara pemaknaan telah mengalami *ameliorasi* (perluasan). Bila semula tato menjadi bagian dari budaya ritual etnik tradisional, sekarang tato mengalami perkembangan yang meluas. Eksistensi tato mengalami dualisme perkembangan di Indonesia. Dengan kata lain, di satu pihak (pada masyarakat adat) tato tradisional yang berkarakter tribal terancam punah, di pihak lain (pada masyarakat *urban*) tato menjadi bagian dari kebudayaan pop yang digandrugi dan dianggap bagian dari modernitas pergaulan kekinian.

Gambar 3. Menteri Kelautan dan Perikanan (KKP) Susi Pudjiastuti dan tato

(Sumber: http://sidomi.com/335929/ini-gambar-tato-burung-phoenix-susi-pudjiastuti-menteri-kelautan-kabinet-kerja-jokowi/)

Seperti halnya sifat tato yang melekat, kini tato menjadi bagian khusus dan pilihan di dunia *fashion*. Tato dapat disejajarkan sebagai sebuah aksesori pelengkap gaya berpakaian masyarakat sekarang ini, di kawasan urban. Memiliki tato adalah kata lain memakai "pakaian lain" dalam pakaian.

Kondisi ini juga muncul dari gembar-gembor media massa yang menampilkan figur publik yang memiliki tato di tubuhnya, seperti artis-artis yang sering kita lihat di televisi. Umumnya penghuni kota-kota besar (khususnya di Indonesia) rela menjadi epigon penyandang tato gaya artis-artis tersebut. Idola dalam hal ini adalah sesorang yang menjadi sumber inspirasi untuk menunjukkan jati diri. Proses tahapan pengaruh idola terhadap pengikut atau pengadopsi tentunya akan melewati berbagai tahapan, yakni ; *interest stage* (terpesona/tertarik model penampilan seseorang), kemudian *evaluation stage* (mengevaluasi perlu/ tidaknya melakukan peniruan), *trial stage* (mencoba menirukan bagian yang menarik hatinya), dan yang terakhir adalah *adoption stage* (mengambil keputusan, meniru sang idola) (Olong, 2006:47).

Namun disatu sisi tato juga menjadi bagian dari budaya tanding. Adalah budaya yang dikembangkan oleh generasi muda sebagai ajang perjuangan melawan pengawasan kelompok dominan. Dengan kata lain tato merupakan bentuk perlawanan terhadap segala sesuatu yang bercirikan kemapanan, Dick Hebdige (1979) mengatakan bahwa renspon para peran pemuda tersebut bukan sekedar penegasan atau penolakan, bukan eksploitasi komersial atau pemberontakan murni melainkan sebuah deklarasi kemerdekaan tetang "kelainan", tentang tujuan asing maupun penolakan terhadap anomitas, terhadap subordinat.

Gambar 4. Tato Kontemporer "Minyak Tawon"

(Sumber: http://durgatattoo.com/ind/?do=subgallery&cate=3)

Penutup

Budaya populer merupakan sebuah konsep yang menghasilkan suatu produk yang disebut produk budaya populer yang banyak disukai orang. Keberadaan budaya populer sendiri merupakan wujud perlawanan terhadap kemapanan nilai-nilai budaya tinggi yakni budaya yang dihasilkan oleh kaum-kaum intelektual. Namun kini budaya populer sudah tidak lagi dianggap sebagai budaya rendahan karena kaum intelektual pun telah terpapar oleh produk budaya poluler.

Dapat kita simpulkan pada perkembangan tato saat ini -- meskipun masih ada yang menganggap tato berkaitan dengan hal yang negatif dan cenderung menyakiti diri sendiri -- masyarakat mulai memahami tato sebagai simbol-simbol ekspresi seni dan sebagainya sehingga pemakaian tato lebih cenderung ke arah populer. Berawal dari pemberontakan terhadap stigma negatif, hal ini dapat dipandang sebagai *counter culture* yang memberi perubahan dan variasi dalam kehidupan.

Tato sebagai *pop culture* mungkin muncul dari suatu subkultur yang melambangkan perspektif kemiripannya dengan *mainstream culture*. Berbagai hal yang berhubungan dengan *pop culture* sangat khas menarik spektrum yang lebih luas dalam masyarakat. Sehingga dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa budaya pop adalah gaya, ide, interpretasi, perspektif, dan sikap yang benar-benar berbeda dengan budaya arus utama (*mainstream culture*). Sehingga tato sebagai *pop culture* diistilahkan sebagai *anti-mainstream culture*.

Publik bertato dengan alasan yang beragam dan tak terlepas dari pengaruh budaya populer. Pada kalangan intelektual, sindrom ketertarikan terhadap tato juga sangat tinggi. Ketertarikan ada beberapa bermula dari sekedar ikut-ikutan, petualangan, bakat, fashion hingga sebagai sebuah ekspresi seni. Jumlah pun yang bertato semakin banyak, yang menunjukkan bahwasanya budaya tato yang pada masa lalu identik dengan negatif, sekarang sedang mengalami perubahan dengan banyaknya orang yang bertato. Semakin berkembangnya zaman dan dunia seni, semakin beragamnya desain-desain tato dan pengaruh dari media massa membuat tato pada masa sekarang lebih dianggap pada hasil karya seni. Maka filosofi kontemporer itu pun bergeser "aku bertato maka aku ada".

Daftar Pustaka

Abdullah, Irwan. 2006. Kontruksi dan Reproduksi Kebudayaan. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.

Barker, Chris. 2000. Cultural Studise Teori dan Praktek. Yogyakarta : Kreasi Wacana.

_____________. 1990. Tafsir Sosial atas Kenyataan. Jakarta, LP3ES.

Eriyanto. 2002. Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media. Yogyakarta : LKiS.

Hebdige, Dick. 1979. Subculture: The Meaning of Style. London : Methuen.

Lull, James. 1998. Media, Komunikasi, Kebudayaan: Suatu Pendekatan Global. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia.

Smith, Philip. 2001. *Cultural Theory: An Introduction*. Oxford & Masachusetts : Blackwell Publisher.

Stokes, Jane. 2003. Media & Cultural Studies. London : Sage Publications Ltd

Storey, John. 1993. An introduction to Cultural Theory and Populer Culture. Harvester Wheatsheaf.

_____________. 2003. Teori Budaya dan Budaya Pop Memetakan Lanskap Konseptual Cultural Studies. Yogyakarta : Penerbit Qalam.

_____________. 2007. Pengantar Komprehensif Teori dan Metode Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop. Yogyakarta : Penerbit Jalasutra.

Menjual Rokok Melalui Kedustaan

Nanang Krisdinanto

"Sekitar 20 persen dari satu milyar perokok di dunia adalah wanita. Berdasarkan data World Health Organization (WHO), tujuh persen remaja perempuan dari 12 persen remaja laki-laki perokok di 151 negara di dunia aktif merokok. Jumlah tersebut akan terus meningkat jika tidak diwaspadai."

Republika.co.id, 31 Mei 2010.[1]

Ini adalah kisah tentang rokok dan perempuan.

Kisah ini berawal dari sebuah foto kusam. Boston, 1851. Seorang perempuan berfoto di sebuah studio kusam di salah satu sudut kota Boston, Amerika Serikat. Berdiri sambil bersandar di sebuah kursi, rambut semi keriting, baju hitam, rok putih bermotif bunga. Sepintas, tak ada yang istimewa dari foto itu. Kecuali, sebatang rokok di jemari yang dibungkus sarung tangan kulit. Perempuan itu adalah Lola Montez, penari dan aktris Irlandia yang berimigrasi ke AS pada tahun 1851.[2]

Itulah foto yang mengawali berubahnya konstruksi makna terhadap rokok. Kelihatannya sederhana, namun foto itulah yang menjadi salah satu titik tolak pergeseran makna rokok secara fundamental.

Bahkan bisa dikatakan, foto inilah yang menjadi salah satu titik awal meledaknya jumlah perokok perempuan hingga saat ini. Foto inilah yang menginspirasi aktivis hak-hak perempuan (feminisme) membongkar konstruksi sosial yang membelenggu perempuan melalui rokok.

Namun pada saat yang sama, ironisnya, foto ini juga membangkitkan kesadaran industri rokok di Amerika Serikat (dengan bantuan iklan dan praktisi *public relation*) tentang potensi pasar maha besar untuk sebuah komoditi yang bernama rokok. Arus kepentingan aktivis feminism dan industri rokok itu bertemu pada titik yang sama. Secara bersama-sama namun dengan kepentingan berbeda, keduanya secara perlahan tapi pasti menjungkirbalikkan konstruksi sosial tentang rokok, yang implikasi sosial, ekonomi dan politiknya dirasakan sampai sekarang. [3]

Dalam konstruksi patriarki di Amerika Serikat, rokok (tembakau) pada masa itu hanya boleh dikonsumsi kaum laki-laki. Pada masa itu, rokok diidentikkan dengan laki-laki, atau simbol sukses kaum laki-laki (Houston, 1986: 879). Para perempuan jangan berani-berani menyentuh rokok, kalau tidak siap dicap sebagai perempuan jalang.[4]

Nah foto Lola Montez itu dibuat pada konteks sosial Amerika Serikat pada masa itu yang sama sekali tidak menoleransi penggunaan rokok oleh perempuan. [5] Foto itu lalu dicetak menjadi poster, dan ditempelkan di mana-mana. Sampai sekitar 50 tahun tahun kemudian, foto ini oleh para aktivis feminisme dianggap ekspresi atau simbol perlawanan perempuan terhadap belenggu patriarki.[6]

Belenggu patriarki itu tidak hanya tecermin dalam soal merokok, namun juga dalam banyak aspek kehidupan lain. Dalam konteks politik misalnya, perempuan tidak memiliki hak memilih dalam pemilu. Mereka baru memiliki hak pilih pada tahun 1920, ketika terjadi amandemen ke-19 terhadap konstitusi AS. Bahkan saat ratifikasi yang memberi hak pilih kepada perempuan ditandatangani Ketua Kongres AS, tidak seorang perempuan pun diizinkan hadir. Para perempuan –yang dikoordinasi National Women's Party— hanya bisa menggelar demonstrasi di luar gedung. Jadi, tetap saja perempuan masih disubordinasi sebagai warga negara kelas dua di bawah laki-laki.

Dalam konteks sosial, rokok saat itu menjadi penanda stereotipe terhadap perempuan. Dalam studi-studi gender, stereotipe didefinisikan sebagai pelabelan atau penandaan negatif terhadap kelompok atau jenis kelaminn tertentu. Dampak stereotipe ini biasanya adalah diskriminasi dan berbagai ketidakadilan (Nugroho, 2011: 12). Dalam kasus rokok, perempuan perokok kemudian diberi label sebagai perempuan sundal, pelacur, upaya menarik lawan jenis, dan sebagainya, sementara laki-laki perokok dipersepsi sebagai sosok yang sukses, berwibawa, dan berkekuasaan.

Konteks itulah yang membuat foto Lola Montez –yang dalam dalam konteks masa kini mungkin tak banyak berarti— menjadi begitu bermakna. Dalam rentang 50 sampai 70 tahun setelah itu, poster tersebut digunakan para feminis untuk membongkar stereotipe, subordinasi, marginalisasi, bahkan kekerasan yang secara struktural melekat dalam konstruksi patriarki. Para feminis menggunakan poster itu untuk membebaskan perempuan dari penjara patriarki. Mereka mulai berani merokok di ruang publik, bahkan ada yang dengan gagah berani meminta agar dapat menjadi anggota klub merokok yang secara tradisional seluruh anggotanya laki-laki.

Rokok, melalui Lola Montez, menjadi simbol perlawanan bagi perempuan melawan penindasan patriarki. Rokok dilihat dalam maknanya sebagai "pembebas" dari segala stereotipe yang membelenggu perempuan.[7]

*****

Namun di sisi lain, gerakan feminisme yang menggunakan rokok sebagai instrumen perjuangan secara tidak sengaja telah membawa rokok ke dalam apa yang dalam ranah *cultural studies* (kajian kebudayaan kontemporer) disebut komodifikasi, yakni bentuk transformasi dari hubungan yang awalnya tidak diperdagangkan menjadi hubungan yang sifatnya komersial. [8] Rokok, yang awalnya digunakan secara tidak komersial dan dalam konteks pengobatan, ritual, atau sosial oleh suku-suku di pedalaman Amerika Selatan,[9] berubah menjadi objek komoditas yang bersifat komersial dan massal.

Munculnya apa yang disebut dalam *cultural studies* sebagai masyarakat post-industrial memperlihatkan jalur baru dalam penggunaan serta makna rokok sebagai komoditas. Pada era-era ini (sekitar 1920-

1930-an), lahir apa yang disebut para teoritisi Mazhab Frankfurt sebagai industri kebudayaan, yang menandai proses industrialisasi budaya yang diproduksi secara massal berikut berbagai tuntutan komersial yang mengendalikan sistem tersebut. Semua artefak industri budaya tersebut menunjukkan ciri-ciri yang sama: pengkomoditasan (komodifikasi), penstandaran (standarisasi), dan pengadaan besar-besaran (massifikasi). Inilah bentuk budaya komersial yang diproduksi demi laba dan disebarluaskan dalam bentuk komoditas. (Kellner, 2010: 21, 38)

Rokok –sebagaimana artefak budaya lain seperti olahraga, kesenian, bahkan agama— dikooptasi ke dalam gelombang komodifikasi. Gelombang ini diawali ketika James B. Duke, pendiri American Tobacco Company, mendapatkan hak memproduksi mesin pembuat rokok sigaret pada tahun 1885. Produksi massal rokok sigaret ini membuat industri rokok berkembang pesat, meski mendapat perlawanan pemimpin agama, para pendidik, ahli kesehatan, atau organisasi perempuan. Industrialisasi rokok ini membuat konsumsi rokok di AS meroket dari 2% pada tahun 1900 menjadi 40% pada tahun 1930.[10]

Sampai di sini, ada dua hal yang patut digarisbawahi, yaitu jumlah perempuan perokok dan peranan iklan. Cassandra Tate (1999) mencatat, perempuan ada di dalam daftar segmen perokok yang paling cepat bertumbuh. Segmen perempuan memang menjadi salah satu sasaran final industri rokok, setelah gerakan-gerakan anti-rokok mengalami demoralisasi akibat Perang Dunia I.

Di sinilah peran iklan dan *public relations* bermain. Iklan membuat rokok menjadi lebih bisa diterima secara sosial dengan menempatkan media iklan tersebut di tempat-tempat umum. Pada era 1920-an, gambar-gambar atau foto-foto perokok (termasuk perempuan perokok) muncul secara massif di koran, majalah, *billboard*, samai poster, di kota-kota kecil sampai kota-kota besar (Brandt, 2007: 32-33).

Melalui iklan, rokok direpresentasikan sebagai beragam hal. Bagi laki-laki, rokok direpresentasikan sebagai simbol kejantanan, makulinitas, kekuatan, atau kekuasaan. Rokok digambarkan sebagai atribut wajib bagi laki-laki sebagai pemenuhan imaji maskulinitasnya. Sedangkan bagi perempuan, rokok –dengan memanfaatkan isu yang digulirkan kaum feminis—direpresentasikan sebagai bagian dari feminitas, aktivitas yang “normal” bagi perempuan baik-baik, bahkan sebagai gambaran kecantikan serta kemewahan.

Sejak awal, industri rokok telah memanfaatkan iklan untuk "berselancar" di atas kampanye kaum feminis demi keuntungan komersial, bahkan mengkooptasi gerakan rokok untuk perempuan sebagai komoditas. *Helmar* dan *Murad* disebut-sebut sebagai merek rokok pertama yang menyasar segmen perempuan. Poster iklan rokoknya menyajikan tanda-tanda yang secara semiotika terasosiasi pada makna-makna yang membongkar stereotipe perempuan perokok.

Iklan ini dipublikasikan pada tahun 1919. Pada poster rokok *Murad* muncul serangkaian tanda yang merujuk pada konsep-konsep tertentu yang diasumsikan bisa menciptakan imaji-imaji tertentu bagi perempuan perokok. Ada gambar tangan berjari lentik, mengenakan gelang emas dan berlian, cincin berlian, sebatang rokok menyala, serta tulisan "*Which is the Jewel*"?

Pengorganisasian tanda seperti itu merujuk pada gambaran perempuan terhormat, kaya, berstatus sosial-ekonomi tinggi. Gelang dan cincin emas-berlian, merujuk kepada sesuatu yang berharga mahal. Nah lalu, muncul pertanyaan asosiatif, "Yang mana berliannya?" Manakah yang berharga bagi perempuan: cincin dan gelang berlian atau rokok yang sedang diisap perempuan? Pengorganisasian tanda seperti menggiring audiens pada makna tentang betapa bernilainya rokok, yang bahkan dikonstruksikan lebih bernilai ketimbang emas-berlian.

Lucky Strike menyusul dengan membuat iklan yang dinilai bersejarah, lantaran memilih dan menyusun tanda yang jelas-jelas mengasosiasikan rokok dengan gerakan pembebasan perempuan sebagaimana digagas kaum feminis. Salah satu iklannya muncul dengan kalimat yang provokatif: "*An Ancient Prejudice Has Been Removed.*" ("Sebuah Prasangka Purba telah Dipatahkan.") Kalimat itu disusun bersama gambar sekumpulan perempuan di pantai, genggaman tangan yang mematahkan rantai, lengan baju bertuliskan *"American Intelligent,"* dan sebungkus *Lucky Strike*.

Apa maknanya? Pengorganisasian tanda itu membawa pembaca kepada makna rokok (dalam hal ini *Lucky Strike*) yang diasosiasikan dengan pembebasan perempuan dari belenggu stereotipe dan patriarki. Rantai adalah lambing patriarki yang sejak zaman purba telah menindas perempuan. Dan sekarang, rantai itu telah dipatahkan oleh "kecerdasan Amerika." Artinya kemudian, merokok bagi perempuan Amerika adalah aktivitas yang mengekspresikan identitas sebagai kelompok sosial yang cerdas, bebas

dan menolak prasangka yang datang dari masa silam.

Poster berikutnya didesain oleh *Lucky Strike* untuk mendorong perempuan merokok dengan cara mengukuhkan gambaran-gambaran tradisional tentang standar kecantikan perempuan. "*I smoke a Lucky instead of sweet*." ("Saya merokok sebatang *Lucky Strike* dibanding gula"). Kata "*sweet*" atau "gula" merujuk pada sesuatu yang manis, sesuatu yang membuat tubuh (perempuan) menjadi gemuk, dan menjadi gemuk (dalam konstruksi standar kecantikan) adalah bencana bagi perempuan. Maka, keseluruhan tandan berikut susunannya dalam poster itu ingin mengatakan begini: "Wahai perempuan, merokoklah *Lucky Strike* kalau kalian tidak ingin gemuk. Gemuk adalah bencana bagi kalian, dan merokok *Lucky Strike* adalah solusi menghindari bencana yang paling menakutkan bagi perempuan."

Sukses *Lucky Strike* membuat perusahaan rokok lain semakin gencar menembak pasar perempuan. Dekade 1940-an tercatat sebagai "*golden age for the cigarette*," atau "era keemasan rokok" (Tate, 1999: 3). Berbagai merek rokok melakukan *"game of representation"* ("permainan representasi") dengan memilih serta menyusun tanda yang beraosiasi dengan gagasan-gagasan tentang kebebasan, hak-hak perempuan, atau gambaran-gambaran tentang "betapa normalnya" merokok bagi perempuan, sebagaimana laki-laki juga normal untuk merokok. Seperti tampak pada iklan rokok *Fens* dan *Salem*, bahwa seorang ibu rumah tangga biasa, anggun, berkelas, berpendidikan, juga pantas untuk merokok untuk menemani kegiatan rutin sehari-hari.

Hemar, Murad dan *Lucky Strike* telah membuktikan bagaimana praktik konsumsi bisa digerakkan melalui "penciptaan makna." Dan bagaimana "makna diciptakan," itulah soalnya. Dalam hal ini, makna baru –dan menggeser makna lama-- diciptakan melalui iklan. Iklan, dalam konteks *cultural studies,* memang cenderung merepresentasikan orang/kelompok orang sesuai stereotipenya. Produsen iklan cenderung menggunakan stereotipe, dan "menyelipkan" nilai-nilai pesannya ke dalam stereotipe tersebut. Bahkan beberapa tahun belakangan ini, iklan tidak hanya menjual gambaran dan nilai, tetapi juga keseluruhan gaya hidup yang berada di balik produk atau layanan yang diiklankan (Burton, 2002: 201-202).

Selain iklan, "penciptaan makna" saat itu juga dilakukan melalui aktivitas *public relation*. Sosok sentralnya adalah Edward Louis Bernays, yang disebut-sebut sebagai "Bapak Public Relation." Bernays dikenang karena memopulerkan penggunaan *press release*. Salah satu "karya abadinya" adalah kampanye perempuan merokok pada 1920-an. Dia membantu industri rokok mendobrak tabu sosial saat itu: perempuan merokok di ruang publik. Nah pada 1929, keponakan tokoh psikoanalisis Sigmund Freud ini mendesain Parade Paskah di New York, yang menampilkan perempuan-perempuan model *Lucky Strike* menyalakan rokok, yang disebutnya sebagai "*torches of freedom*" (obor kebebasan).11

Dalam parade itu, Bernays mempersiapkan sepuluh perempuan yang disebutnya "Kontingen Obor Kebebasan." Mereka mengelilingi *Lucky Strike*, membawa rokok yang disembunyikan di pakaian, dan kemudian menyulutnya di depan publik dan wartawan. Foto-foto perempuan muda mengisap "obor kebebasan" menjadi *headline* di berbagai media di dunia. Merokok pun "diresmikan" menjadi simbol perlawanan perempuan melawan tabu-tabu.

Sejak peristiwa historis ini, semakin banyak perempuan yang berani merokok. Lewat Bernays, merokok bisa menjadi kebiasaan yang secara sosial bisa diterima bagi perempuan. Lewat aktivitas *public relations*, sebuah even pemberitaan yang direncanakan, makna merokok digeser, dan gaya hidup baru yang menjadi basis masyarakat konsumsi sukses diciptakan, meski sejak 1970-an mulai mendapat tentangan yang semakin mengeras hingga sekarang.[12]

Dan sekarang, merokok bagi perempuan sudah menjadi bagian identitas. Merokok sudah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan

sebagian perempuan di kota besar. Bagi kaum perempuan terdidik di kota-kota besar, rokok menjadi bagian identitas yang dikomunikasikan kepada orang atau kelompok lain: bisa sebagai perempuan yang mengejar karier, independen dari laki-laki atau lainnya.

Identitas sendiri didefinisikan sebagai bagaimana kita melihat dan memberi nilai diri kita sendiri, yang sebagian di antaranya sebagai hasil melihat representasi dalam media. Identitas juga tentang bagaimana orang/kelompok lain melihat kita: "kita" dan "mereka". Identitas adalah tentang siapa kita, dan apa yang dikira orang lain tentang kita, bagaimana kita bisa mengerti siapa kita, dan bagaimana kita mengkomunikasikan identitas kita kepada yang lain. Media bisa menggambarkan kepada kita digambarkan oleh "yang lain." Kita memperoleh gagasan bagaimana kita dilihat sebagai "berbeda." Perbedaan ini bisa berkait dengan penampilan, praktik keberagamaan, perilaku sosial, moralitas, termasuk dalam identitas menentukan bagaimana kelompok sosial tertentu dilihat, mengarahkan kita pada "apa yang bisa diterima" atau "apa yang tidak bisa diterima" (Burton, 2002: 139-140).

Perempuan terjebak ke dalam apa yang disebut pseudo-individualisme, yaitu individualitas semu yang mengacu pada perbedaan-perbedaan minor. Industri rokok telah menciptakan variasi-variasi bentuk rokok yang disesuaikan dengan karakter perempuan, yaitu rokok berbentuk ramping, panjang, dan dengan rasa lebih ringan. Dengan begitu, perempuan sebagai konsumen merasa dirinya diperlakukan sebagai individu, yang ternyata itu hanya semu lantaran perbedaan yang diciptakan industri rokok hanyalah menyangkut sesuatu yang minor. Apalagi, bentuk-bentuk "rokok perempuan" seperti itu justru mengembalikan perempuan kepada standar citra bakunya yang bersifat patriarkal, yaitu feminin, domestik, dan mencari perhatian laki-laki melalui pesona sensualitasnya. Ironisnya, semua imaji tentang kebebasan

itu dijalani –bahkan dirayakan— kaum perempuan dengan penuh suka cita dan hikmat, tanpa sadar bahwa mereka terjerembab ke dalam kubangan konsumsi yang diciptakan industri rokok.

Artinya, rokok sudah dianggap sebagian perempuan sebagai bagian dari atribut identitas yang dipertontonkan kepada orang lain, untuk kemudian digunakan orang lain tersebut untuk menilai diri mereka. Dengan kata lain, bahwa rokok menjadi pembeda antara perempuan yang merindukan kebebasan dan yang tidak. Yang menjadi masalah adalah bagaimana media (dalam hal ini khususnya iklan) benar-benar mendikte cara perempuan mendefinisikan identitas dirinya. Menggunakan rokok sebagai bagian dari identitas adalah cerminan bagaimana media (dan gagasan-gagasan terkait rokok) benar-benar merasuki cara berpikir perempuan, yang akhirnya membuat mereka menjadi "budak konsumsi" atas komoditas yang bernama rokok.

*****

Kisah tentang gerakan kaum feminis dan industri rokok tersebut menyiratkan beberapa poin penting, terutama terkait jawaban mengapa jumlah perempuan perokok menjadi demikian mengkhawatirkan, dari persentase yang nyaris nol pada sekitar 160 tahun lalu menjadi sekitar 20% (dari keseluruhan jumlah perokok) pada tahun-tahun belakangan ini.

Di antaranya menyangkut apa yang menjadi dua kecemasan para teoritisi Mazhab Frankfurt terkait industri kebudayaan. Pertama, mereka mengkhawatirkan kepalsuannya. Mereka membayangkannya sebagai sekumpulan paket gagasan yang diproduksi secara massal dan disebarkan ke tengah-tengah massa melalui media. Kedua, teoritisi kritis terganggu oleh pengaruh yang bersifat menenteramkan, menindas dan membius dari industri kebudayaan terhadap rakyat (Ritzer, Goodman, 2012: 180).

Bahkan Horkheimer dan Adorno dalam *Dialectic of Enlightenment* mengklaim:

> "Industri kebudayaan menyediakan 'obat pereda gejala' untuk represi, dengan menawarkan hiburan sebagai ganti kenikmatan sejati. Kebudayaan menjadi industri bukan hanya karena kebudayaan diorganisir sesuai jalur produksi massal dan jalur distribusi –film dan barang konsumsi misalnya--, tetapi juga karena produk-produk itu memperluas logika proses kerja, mengendalikan bentuk-

> bentuk hiburan dan menyatukan bentuk-bentuk itu menjadi siklus produksi dan konsumsi. Dulu waktu senggang menjadi pernah menjadi gambaran batas aktivitas yang terstruktur secara ekonomis, kini waktu senggang menjadi mekanisme kontrol dan sumber laba yang lain... Ada sesuatu yang disiapkan untuk semua, sehingga tak ada yang bisa menghindar… Semua orang harus berperilaku (seakan-akan spontan) sesuai tingkatannya yang sudah ditentukan dan ditunjukkan sebelumnya, dan memilih kategori produk massal yang dibuat untuk tipenya" (Ritzer, Smart, 2012: 269).

Dalam kasus perempuan dan rokok, sepertinya kecemasan itu benar-benar terjadi. Rokok, yang oleh kaum feminis digeser makna dan lapisan stereotipenya, dikooptasi oleh industri kebudayaan menjadi komoditi. Komodifikasi yang digerakkan industri kebudayaan membuat rokok menjadi produk massal, serta dijejali gagasan-gagasan tentang kebebasan perempuan yang sebenarnya palsu, karena hanya diciptakan untuk kepentingan praktik konsumsi serta demi keberlangsungan kapitalisme itu sendiri.

Perilaku merokok bagi perempuan –mengikuti definisi John Hartley— yang sebetulnya bisa disebut sebagai subkultur (atau *counter culture*/budaya tanding) yang mengindikasikan identitas yang berlawanan (oposisi) dengan budaya *mainstream*, tiba-tiba dicerabut dari akarnya, didangkalkan, serta dimassalkan tak ubahnya produk-produk massal lainnya (Hartley, 2010: 293). Sementara para perempuan dengan penuh suka-cita membeli dan mengonsumsi produk rokok dengan perasaan "terbebaskan dari belenggu patriarki," tanpa sadar bahwa semua sensasi yang dirasakannya adalah palsu. Mereka mengonsumsi produk rokok hanya karena mereka memang merasa harus mengonsumsinya, sesuai apa yang dipaketkan oleh industri kebudayaan melalui perangkat penandaan. Identitas mereka sebagai perempuan tanpa disadari telah didefinisikan oleh industri kebudayaan melalui atribut "ritual konsumsi rokok." Tanpa pertanyaan, seolah semuanya adalah kebenaran serta kewajaran.

Rokok dan gagasan tentang kebebasan yang diinjeksikan ke dalamnya, bagi industri kebudayaan tak ubahnya produk-produk budaya lain yang dimassalkan, seperti music rock dengan gagasan pemberontakannya, music *punk* dengan semangat *underground*-nya, musik hip-hop dengan gagasan *black power*-nya, hijab *fashion* dengan gagasan gaya hidup syariatnya, dan sebagainya. Bagi industri kebudayaan

(alias kapitalisme), menjual malaikat dan setan tak ada bedanya. Industri kebudayaan akan mengkomodifikasi apapun, bahkan termasuk produk-produk atau gagasan yang mengecam dirinya sendiri sekalipun, sepanjang menguntungkan.[13]

Inilah yang disebut Featherstone sebagai masyarakat konsumen. Masyarakat kapitalis telah mengalami pergeseran perhatian dari produksi ke konsumsi. Pada awal sistem ekonomi mereka (mengikuti cara berpikir Marx), para kapitalis semata-mata menitikberatkan kontrol atas produksi secara umum dan pekerja produksi secara khusus. Kini titik perhatian beralih pada pengontrolan konsumsi secara umum, terutama pikiran-pikiran dan aksi-aksi konsumen. Meski memproduksi barang sangat murah masih penting, perhatian terus-menerus dicurahkan untuk mendorong masyarakat mengonsumsi sesuatu lebih banyak dengan variasi lebih besar. Tak bisa dibantah, kapitalis memerlukan konsumen untuk menjaga operasi ekonomi tetap pada tingkat pertumbuhan tinggi. Tanpa peningkatan konsumerisme, kapitalisme akan hancur. Walhasil, fokus kapitalisme bergerak dari pengeksploitasian pekerja ke pengeksploitasian konsumen (Ritzer, 2010: 372-375).

Pada titik ini, rokok (perempuan, dan gagasan kebebasan) bisa dilihat hanya "potongan kecil" dari gelombang pengeksploitasian konsumen oleh kapitalisme untuk mempertahankan keberlangsungan hidupnya. Rokok, perempuan, dan gagasan kebebasan digunakan oleh industri kebudayaan untuk semakin mendorong masyarakat terus mengonsumsi dalam jumlah dan variasi lebih besar. Jika sebelumnya komoditi yang bernama rokok hanya dikonsumsi kaum laki-laki (untuk memuaskan imaji atau sensasi maskulinitas), maka rokok juga didorong untuk dikonsumsi perempuan untuk memenuhi imaji atau sensasi kebebasan dari penindasan patriarki.

Sampai di sini, menarik untuk mengikuti pikiran Jean Baudrillard tentang objek dan tanda, untuk menjelaskan mengapa perempuan bisa bersuka-cita dan "sangat khusyuk" mengonsumsi rokok, yang membuat tingkat konsumsi rokok mengalami ledakan luar biasa. Dalam *The System of Object* (1968) Baudrillard menulis, bahwa "untuk menjadi objek konsumsi, terlebih dahulu sebuah objek harus menjadi tanda." Jadi, untuk memahami konsumsi kita perlu mampu membaca barang konsumen sebagai serangkaian tanda yang memerlukan penafsiran. Baudrillard juga menerangkan, sebuah objek mulai menjadi objek konsumsi jika

tidak lagi ditentukan hal-hal berikut: (1) tempat objek dalam siklus produksi; (2) kegunaan fungsional objek; atau (3) makna simbolis objek. Saat itulah objek "dibebaskan sebagai tanda untuk ditangkap oleh logika *fashion* formal" (Ritzer, Smart, 2012: 832-833).

Rokok, dalam hal ini, awalnya adalah objek. Rokok menjadi objek konsumsi ketika dirinya diubah menjadi tanda, baik oleh kaum feminis maupun industri rokok. Oleh kaum feminis, sebagai tanda rokok dirujukkan dengan sesuatu yang lain, yaitu kebebasan dan perlawanan terhadap belenggu patriarki. Rokok sebagai objek tak lagi ditentukan oleh apa yang disebut Baudrillard sebagai kegunaan fungsionalnya. Begitu pula industri rokok, yang mengubah rokok sebagai tanda perempuan baik-baik, normal, terdidik, dan anggun.

Lebih lanjut Baudrillard menjelaskan, ketika kita mengonsumsi objek, maka kita mengonsumsi tanda, dan sedang dalam prosesnya kita mendefinisikan diri kita. Karena itu, yang kita konsumsi sebetulnya bukanlah objek, melainkan tanda. Konsumsi merupakan sistem aksi dari manipulasi tanda. Mengonsumsi objek tertentu menandakan bahwa kita sama denga orang yang mengonsumsi objek tersebut, dan berbeda dengan orang yang mengonsumsi objek lain. Sampai di sini, baudrillard bicara konsep kebutuhan, bahwa kita tidak membeli apa yang kita butuhkan, tetapi membeli apa yang kode sampaikan pada kita tentang apa yang seharusnya dibeli. Bahkan masyarakat konsumen, bagi Baudrillard, adalah sebuah suasana di mana segala sesuatu dijual; tak hanya itu, segala sesuatu adalah komoditas tanda, bahkan semua tanda adalah komoditas (Ritzer, Smart, 2012: 137 -144).

Itulah yang terjadi dengan rokok, yang dalam konteks masyarakat konsumsi dan industri kebudayaan diubah menjadi komoditas tanda, bahkan tanda-tanda yang ada di dalam rokok sebagai objek pun merupakan komoditas. Pada akhirnya, teori dusta yangh dilansir Umberto Eco menjadi menarik. Tanda, menurut Eco, adalah sesuatu yang bisa digunakan untuk berdusta. Dan semiotika, kata dia, adalah teori untuk membongkar dusta.[14]

Termasuk tentunya, dusta tentang rokok dan gagasan kebebasan perempuan. (*)

1 Lihat http://www.republika.co.id/berita/breaking-news/nasional/10/05/31/117775-jumlah-perokok-wanita-bertambah-pesat, diakses Minggu, 30 Maret 2014, pukul 09.45 WIB.

2 Lihat http://en.wikipedia.org/wiki/Lola_Montez, diakses Minggu, 30 Maret 2014, pukul 09.50 WIB.

3 Pada masa itu, rokok sigaret belum dikenal. Laki-laki Amerika Serikat merokok menggunakan daun tembakau utuh yang digulung (cerutu) atau potongan tembakau yang linting dengan kertas. Rokok yang dipegang Lola Montez dalam foto itu adalah jenis rokok kedua. Sebelumnya, laki-laki di sana mengonsumsi tembakau dengan cara mengunyahnya, mirip orang-orang di beberapa wilayah di Indonesia mengunyah pinang. Namun kebiasaan ini berakhir dengan semakin berkembangnya penyakit TBC, kanker lidah dan mulut, serta kampanye kebersihan lingkungan dari ludah para pengunyah tembakau. Kebiasaan mengunyah tembakau lalu digantikan dengan merokok, sebuah aktivitas yang sama-sama menggunakan tembakau yang saat itu secara sosial masih bisa diterima semua orang.

4 Sebenarnya, sejumlah sumber sudah menyebutkan adanya kebiasaan perempuan merokok jauh sebelumnya. Pada abad 18 misalnya, Ratu Elizabeth di Inggris dilaporkan pernah merokok dengan pipa (meski dia tidak menyukainya). Pada masa-masa itu, perempuan memang sudah dilaporkan tidak merokok dan tidak suka melihat laki-laki merokok. Namun pada perkembangannya kemudian, sejumlah perempuan di kalangan terbatas (bangsawan dan orang kaya) mulai merokok namun dalam ruang dan lingkungan terbatas. (Apperson, 2006: 205 – 224)

5 Saking kerasnya intoleransi terhadap perempuan merokok, pada 21 Januari 1908 kota New York menerbitkan Sullivan Smoking Act, yang melarang perempuan merokok di depan umum. Esok harinya, seorang perempuan bernama Katie Mulcahey tercatat menjadi korbannya. Dia ditahan karena hendak merokok di depan rumahnya sendiri. Di depan pengadilan malam (*night court*), dengan gagah dia berkata, "Saya punya hak merokok sebagaimana Anda. Saya tidak pernah mendengar aturan ini, dan tak pernah ingin mendengarnya. Tidak seorang laki-laki pun boleh memaksa saya." Namun tetap saja hakim mendendanya 5 dollar AS, dan akhirnya membawa Katie ke penjara lantaran tak mampu membayarnya. Sebenarnya Sullivan Smoking Act mengizinkan perempuan merokok di hotel dan restoran, namun menyebut perilaku itu sebagai "*unladylike act*." Sumber: http://www.caller.com/news/2008/jan/22/in-1908-a-young-woman-was-jailed-for-smoking-in/, diakses Minggu, 30 Maret 2014, pukul 12.30 WIB.

6 Awalnya, patriarki didefinisikan sebagai kontrol laki-laki atas sebuah unit sosial (seperti keluarga, suku, dan sebagainya). Laki-laki pemegang kontrol (yang biasanya merupakan anggota tertua atau yang dituakan dalam unit sosial tersebut, memiliki kekuasaan yang terlegitimasi (*legitimate power*) terhadap anggota yang lain (terutama yang lebih muda), termasuk laki-laki, perempuan, dan anak-anak. Namun pada awal abad 20, para teoritisi dan feminis menggunakan konsep ini untuk merujuk sistem sosial yang berisi dominasi maskulinitas terhadap perempuan. Patriarki kemudian menjadi konsep penting dalam studi gender yang memfasilitasi pengembangan teori-teori yang berbasis sub-ordinasi

perempuan oleh laki-laki. Tiga perspektif teoritik yang menempatkan patriarki sebagai konsep sentral kemudian sering dilabeli sebagai perspektif "*radical feminist*," "*Marxist feminist*," dan "*dual system theory*." (Pilcher, Whelehan, 2004: 93 – 96 dan Walby, 1991: 19 – 21)

7 Pemaknaan seperti ini kemudian menjalar ke mana-mana, termasuk Indonesia. Bahkan sampai pada periode 1980-1990-an, penulis menyaksikan bagaimana rokok menjadi identitas para aktivis perempuan di Jogjakarta (dan di sejumlah kota lain yang menjadi sentra pergerakan mahasiswa melawan rezim Orde Baru). Banyak aktivis perempuan di sana merokok sebagai tanda kebebasan dan penolakan terhadap patriarki. Beda dengan kaum perempuan biasa saat ini yang cenderung mengonsumsi "rokok perempuan" yang berbentuk ramping dan ringan, para aktivis perempuan itu mengekspresikan identitasnya dengan mengonsumsi "rokok laki-laki" seperti *Dji Sam Soe* atau *Djarum Super* yang dikenal berat dan berbentuk fisik besar.

8 Untuk kajian-kajian seperti ini, lihat misalnya Storey, 2007.

9 Untuk mengetahui riwayat penggunaan tembakau dan lahirnya rokok sigaret, baca Goodman, 1993.

10 Penolakan terhadap rokok runtuh saat AS terlibat dalam Perang Dunia I pada 1917 dengan jargon demi reformasi moral. Para pemimpin perang menyatakan, tujuan AS terlibat adalah "untuk menciptakan dunia yang aman bagi demokrasi" dengan "angkatan perang yang bersih" (*clean army*). Artinya, pasukan yang bebas dari alkohol dan prostitusi. Banyak organisasi masyarakat yang awalnya menolak rokok (termasuk Young Men's Christian Association dan The Salvation Army) akhirnya menerima dengan alasan demi memerangi dosa yang lebih besar. Mereka bahkan ikut mendorong pasukan AS merokok agar mendapatkan kesucian dan ketenangan hati. Dengan kenikmatan merokok, pasukan dianggap tidak akan terpancing mencari kenikmatan lain yang lebih berdisa dan berbahaya. Kongres AS juga menganggap penting isu ini, dan menyalurkan dana subsidi pembelian rokok baik di rumah maupun tempat tugas prajurit. Semua orang dan organisasi sosial bahkan menggalang dana untuk gerakan "Smokes for Soldiers." Siapapun yang memprotes gerakan ini dianggap tidak patriotis. (Tate, 1999: 7). Fenomena yang sama terjadi lagi pada Perang Dunia II. Organisasi-organisasi sukarelawan mendukung tentara AS dengan mengirim rokok gratis ke wilayah perang. (Houston, 1986: 879)

11 Lihat http://en.wikipedia.org/wiki/Edward_Bernays, diakses Minggu 30 Maret 2014, pukul 18.00 WIB.

12 Kampanye anti-rokok yang paling bisa dirasakan dampaknya hingga sekarang adalah yang digerakkan aktivis perempuan Betty Carnes. Perempuan inilah yang berada di balik lahirnya slogan: "*Thank You for not Smoking*." Perempuan kelahiran Scottsdale, Arizona ini pula yang menjadi titik awal gelombang pembatasan merokok di seluruh dunia. Dia adalah aktivis perlindungan burung yang membuatnya terbang kesana kemari untuk melakukan observasi. Nah pada 1971, Betty melancarkan tuntutan yang menjadi titik awal sejarah pembatasan rokok. Dia menuntut maskapai penerbangan di AS menyediakan area bebas rokok di pesawat. Ternyata gol, meski awalnya maskapai cuma mau menyiapkan tiga baris kursi untuk non-perokok. Tapi tuntutan Betty kemudian berubah menjadi revolusi sosial berskala global. Aturan area bebas rokok ini menjalar ke armada bus, kereta api, dan

tempat-tempat umum. Mei 1974, Arizona bahkan mendeklarasikan diri menjadi negara bagian pertama di AS yang melarang merokok di banyak tempat umum. Begitu hebatnya revolusi yang dihembuskan Betty, sampai-sampai *Business Week* menyebutnya sebagai orang yang memutar bola sejarah; yang efek turbulensinya masih dirasakan industri rokok sampai sekarang. Larangan demi larangan yang mempersempit ruang gerak rokok terus digulirkan, mulai larangan merokok di tempat umum, penerbangan, restoran, kafe, hotel, mal, di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Bahkan untuk beriklan pun saat ini perusahaan rokok harus mau dibekap segerobak aturan.

13 Salah satu contoh kasus paling fenomenal dalam soal ini adalah musik punk di Inggris pada dekade 1970-an. Musik ini lahir dari kemarahan "band-band garasi" di London kepada musisi-musisi rock pada masa itu yang dianggap terjebak ke dalam kemapanan dan mengadopsi gaya hidup borjuis yang sebetulnya dikritik musik rock, seperti The Rolling Stones dan Bob Dylan. Mereka juga marah kepada musisi-musisi rock di Inggris –seperti Pink Floyd-- yang dianggap asyik dengan eksperimentasi musikal yang menjauhkan music rock dari semangat awalnya. Buah kemarahan itu adalah musik punk, yang merupakan antitesa dari musik rock generasi sebelumnya: kasar, nihilistic, atheis, anarkis, dan anti industri. Tokoh utama gerakan ini adalah The Sex Pistols, yang kondang dengan jargonnya: *Rock 'n'Roll is Dead*. Namun pada akhirnya, ketika menjadi populer The Sex Pistols (dan grup punk lainnya) juga terjebak masalah yang sama: menjadi komoditas industri. Industri music tetap dengan senang hati memproduksi dan mendistribusikan album mereka meski isinya mencaci-maki industri musik.

14 Tentang teori dusta, lihat misalnya Eco, 2009.

Daftar Pustaka

Apperson, G.L. 2006. *The Social History of Smoking*. London : iRead

Brandt, Allan M. 2007. *The Cigarette Century: The Rise, Fall and Deadly Persistence of the Product that Defined America*. New York : Basic Books

Burton, Graeme. 2002. *More than Meets the Eye: An Introduction to Media Studies*, New York ; Oxford University Press Inc.

Chandler, Daniel. 2001. *The Basics Semiotics*. London ; Routledge

Eco, Umberto. 2009. *Teori Semiotika: Signifikasi, Komunikasi, Teori Kode, serta Teori Produksi Tanda.* Yogyakarta : Kreasi Wacana

Goodman, Jordan. 1993. *Tobacco in History: The Cultures of Dependence.* London : Routledge

Hartley, John. 2010. *Communication, Cultural, & Media Studies*. Yogyakarta: Jalasutra

Kellner, Douglas. 2010. *Budaya Media: Cultural Studies, Identitas, dan Politik: Antara Modern dan Postmodern*. Yogyakarta : Jalasutra

Nugroho, Riant. 2010. *Gender dan Strategi Pengarusutamaannya di Indonesia*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar

Pilcher, Jane Pilcher dan Whelehan, Imelda. 2004. *50 Key Concepts in Gender Studies,* London : SAGE Publications

Ritzer, George dan Smart, Barry. 2012. *Handbook: Teori Sosial*. Bandung : Nusamedia

Ritzer, George dan Goodman, Douglas J. 2012. *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta : Kencana

Ritzer, George. 2010. *Teori Sosial Postmodern*. Bantul ; Kreasi Wacana

Storey, Storey. 2007. *Pengantar Komprehensif Teori dan Metode Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop*. Yogyakarta : Jalasutra

Tate, Cassandrq. 1999. *Cigarette Wars, The Triumph of The Little White Slaver.* New York : Oxford University Press

Walby, Sylvia. 1991. *Theorizing Patriarchy*. Oxford : Basil Blackwell Ltd.

Jurnal

Houston, C. Stuart. 1986. "*The Sociology of Cigarette Smoking*," dalam jurnal *CMAJ* Vol. 134, 15 April 1986, hlm. 879.

Internet

http://www.republika.co.id/berita/breaking-news/nasional/10/05/31/117775-jumlah-perokok-wanita-bertambah-pesat.

http://en.wikipedia.org/wiki/Lola_Montez.

http://www.caller.com/news/2008/jan/22/in-1908-a-young-woman-was-jailed-for-smoking-in/

http://en.wikipedia.org/wiki/Edward_Bernays

Gaya Hidup Urban Jakarta dan Budaya Populer (Studi Kasus*The Color Run* CIMB NIAGA)

Widayatmoko* dan *Clarisa Hapi

Pendahuluan

Saat ini masyarakat dunia, atau khusus Indonesia sudah memiliki kesadaran akan kesehatan, salah satunya dengan olahraga. Bagi sebagian orang, olahraga merupakan kebutuhan hidup sehari-hari. Tidak hanya sebagai kebutuhan, namun olahraga juga sudah dianggap sebagai gaya hidup, bahkan kemenpora menyatakan harus berupaya menjadikan olahraga sebagai gaya hidup modern (Sumber: http://kemenpora.go.id/index/preview/berita/4447/2011-09). Tak terkecuali bagi olahraga yang satu ini, yaitu berlari.

Lari merupakan olahraga yang murah dan sangat mudah.Maraknya aktivitas lari masyarakat, juga mengundang beberapa pihak untuk menyelenggarakan kegiatan lari dengan berbagai variasi. Kegiatan lari tersebut dikategorikan berdasarkan jaraknya, mulai dari lari *ultra marathon* (>50 km), *full-marathon* (42,195 km), *half-marathon* (21 km), lomba lari 10K (kilometer), hingga kegiatan lari 5000 meter atau akrab disebut 5K (kilometer) (Sumber: http://m.readersdigest.co.id/article/mobArticleDetail.aspx?mc=005&smc=003&ar=238).

Lari sendiri pun menjadi sebuah *trend* baru yang menyehatkan sekaligus sebuah fenomena sosial, sebagai ajang eksistensi diri. Olahraga lari di era ini merupakan sebuah fenomena transformasi fungsi dari olahraga untuk kesehatan menjadi olahraga untuk gaya hidup (Sumber: http://www.the-marketeers.com/?post=ketika-lari-menjadi-bagian-gaya-hidup-modern).Tidak hanya olahraga lari, olahraga lainnya juga sempat menjadi suatu *trend*gaya hidup modern di kalangan masyarakat. Seperti *trend*

sepeda *fixie* yang sempat mengalami masa jayanya, akan tetapi *trend* tersebut tidak dapat bertahan lama,Trend gaya hidup modern saat ingin mengalami dinamika karena dapat dengan mudah berubah.

Fenomena ini dapat mengakibatkan modernisasi yang sangat berdampak pada perubahan dan pola hidup masyarakat, sehingga menimbulkan budaya baru.Budaya baru yang ditimbulkan tersebut merupakan budaya populer.Budaya populer ini mendominasi dan mempengaruhi kehidupan masyarakat pada umumnya, dikarenakan budaya populer sengaja dibuat sesuai dengan selera orang kebanyakan.

Salah satu budaya yang dapat diasosiasikan sebagai budaya populer yang masuk ke Indonesia adalah kegiatan lari santai 5K (5 kilometer) atau *fun run*. Kegiatan lari santai menjadi nomor atletik yang menarik akhir-akhir ini, baik tingkat nasional maupun internasional.Kegiatan lari santai 5K hanya menjunjung nilai kesehatan dan kesenangan semata bukan unsur prestasi.Salah satu kegiatan lari santai 5K yang merupakan kegiatan lari non-kompetisi, dan juga ditujukan untuk ajang bersosialisasi adalah *The Color Run presented by* CIMB Niaga.

Kegiatan lari *fun run* layaknya *The Color Run* telah menjadi sebuah *trend* baru bagi masyarakat modern atau yang akrab disebut masyarakat urban Indonesia. Kegiatan lari *fun run* memunculkan gaya hidup tersendiri bagi masyarakat urban Indonesia. Ruang lingkup penelitian ini adalah kegiatan lari fun run yakni *The Color Run*CIMB Niaga yang diadakan di Jakarta pada 23 November 2014.

Berdasarkan paparan diatas maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut: *Apakah The Color Run budaya populer? Bagaimana fenomena gaya hidup masyarakat urban Jakarta dalam budaya populer?*

Metode Penelitian

Pendekatan yang dilakukan dengan penelitian kualitatif, yaitu penelitian tentang fenomena yang ada pada saat ini dan mempunyai manfaat untuk meneliti gejala sosial yang ada dalam suatu masyarakat karena bersifat subyektif.Riset kualitatif bertujuan untuk memperjelas fenomena dengan sedalam-dalamnya (Kriyantono, 2006:56).Penulis menggunakan metode studi kasus deskriptif dari Robert K. Yin.

Jenis dari penelitianini bersifat deskriptif yaitu penelitian

yang bermaksud untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas (Sugiyono, 2011: 21).

Subjek dalam penelitian ini adalah kegiatan lari *The Color Run presented by CIMB* Niaga 23 November 2014, dan objek penelitian adalah gaya hidup masyarakat urban Jakarta.

Menurut Sugiyono (2011: 308) Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Dalam penelitian kualitatif data yang dikumpulkan berupa kata-kata tertulis atau lisan dari pihak yang terlibat langsung.

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai sumber, dan berbagai cara (Sugiyono, 2011: 308). Bila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder.

Data primer adalah data yang langsung bersangkutan dengan keperluan penelitian.Sesuai dengan pernyataan Kriyantono (2006: 43) bahwa data primer adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama atau tangan pertama di lapangan. Cara yang dilakukan dalam penelitian ini untuk mengumpulkan data primer antara lain, Wawancara mendalam dengan *Key Informant* yakni informan kunci yaitu para penyelenggara kegiatan *The Color Run* CIMB Niaga, dan *informant*, yakni para pihak yang memiliki kaitan namun tidak langsung terhadap kegiatan *The Color Run* CIMB Niaga.

Selain itu, penelitian ini juga menggunakan teknik pengunpulan data primer berupa observasi partisipatif.Observasi partisipatif dilakukan dengan terlibat langsung sebagai peserta atau partisipan saat kegiatan *The Color Run* CIMB Niaga berlangsung, yakni pada 23 November 2014 di Parkir Timur Senayan, Jakarta.

Data sekunder atau sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono, 2011: 309). Perolehan data sekunder dapat dilakukan melalui teknik pengumpulan data dokumentasi.Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu.Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau artikel, dan sebagainya.

Untuk menetapkan keabsahan data diperlukan teknik pemeriksaan. Menurut Moleong (2009: 330), triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber, yaitu membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda. Triangulasi sumber data dapat dilakukan dengan cara membandingkan data hasil observasi dengan wawancara, membandingkan hasil wawancara antara narasumber, dan membandingkan hasil wawancara dengan dokumen.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

A. Gambaran Umum Unit Observasi

The Color Run awalnya diadakan oleh pria asal Utah, Amerika Serikat, yaitu Travis Snyder, yang merupakan seorang atlet triatlon (olahraga yang menggabungkan olahraga lari, renang, dan bersepeda). Ia mendapatkan inspirasi untuk menambahkan warna-warni di kegiatan lari ini yang inspirasinya berasal dari *Disney World of Color*, *Mud Runs*, dan festival di seluruh dunia seperti *Holi festival* di India.

IMG Worldwide (*International Management Group Worldwide*) yang merupakan pemegang lisensi *The Color Run* dunia bersama *LLC*, pada tahun 2013 memperluas kegiatan ini dan merambah ke beberapa negara di benua Eropa dan Asia.

The Color Run CIMB Niaga merupakan ajang lari bersenang-senang dengan jarak 5 kilometer.Ajang lari senang-senang ini telah diadakan 2 kali di Jakarta, yakni pada 26 Januari 2014 dan 23 November 2014. Dipersembahkan oleh CIMB Niaga sebagai *presenting sponsor* dengan *IMG Worldwide* dan *Mesarace* sebagai penyelenggaranya. *The Color Run presented by* CIMB Niaga.

The Color Run CIMB Niaga mendapatkan sambutan yang luar biasa. Peserta yang berpartisipasi pada 26 Januari 2014 adalah 11.000 peserta dan yang kedua kalinya pada 23 November 2014 adalah 13.000 peserta. Antusiasme tidak hanya berasal dari para peserta, bahkan sebanyak 600 relawan pun ikut mendaftar untuk mendukung acara ini.

Di garis *start*, pelari akan memulai dengan kaus putih, sementara tersedia zona warna yang terletak di setiap kilometernya. Dalam rute berlari terdapat 5 zona warna, yakni warna kuning, jingga, biru muda,

merah, dan biru tua.Kru atau sukarelawan di setiap zona menaburkan warna yang berbeda, bubuk warna berasal dari bahan tepung jagung yang aman bagi kulit.

Pada akhir kegiatan lari yang tidak dibatasi waktu ini, tidak hanya diakhiri dengan itu, setelah melewati garis finish, kegiatan akan dimeriahkan oleh *dance party* dan beberapa kios-kios makanan.

Ajang ini bukan sekedar momen untuk berlari, namun juga merupakan peristiwa yang akan merayakan lari santai sehat, kegembiraan, gaya hidup dan sumbangsih kepada masyarakat.

B. Analisis dan Pembahasan

1. Kesadaran Masyarakat akan Pola Hidup Sehat

Masyarakat Indonesia dalam hal ini Jakarta sudah memiliki kesadaran akan adanya pola hidup sehat. Selain dengan mengkonsumsi makanan bergizi, masyarakat telah melakukan olahraga untuk mendukung pola hidup sehatnya. Berdasarkan Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer (Salim, 1995: 1054), olahraga adalah gerakan tubuh yang teratur dan menyehatkan atau menyegarkan.

Pengertian olahraga tersebut juga didukung oleh pengertian olahraga menurut Rukmono (2009: 211), yakni olahraga adalah suatu kegiatan untuk melatih tubuh agar badan terasa sehat dan kuat, baik secara jasmani maupun rohani. Kedua pengertian tersebut saling mendukung bahwa olahraga adalah suatu kegiatan dengan cara menggerakkan tubuh yang tujuannya untuk membuat tubuh terasa lebih sehat, segar, dan bugar.

Dikarenakan kesadaran masyarakat akan kegiatan olahraga dan adanya pengaruh perkembangan teknologi informasi, muncul berbagai ragam olahraga yang masuk ke Indonesia terutama Jakarta. Berbagai cabang olahraga yang muncul mulai dari olahraga dengan biaya tinggi, hingga olahraga dengan biaya yang rendah.Salah satu olahraga dengan biaya yang rendah, yang sedang diminati oleh masyarakat Jakarta adalah olahraga lari.

Terlihat adanya kesadaran yang cukup tinggi akan pentingnya olahraga dari masyarakat. Hingga akhirnya muncul berbagai lomba lari baik lari marathon, lomba lari jarak pendek hingga lari *fun run* sesuai dengan *trend* yang sedang berkembang di masyarakat sebagai wadah bagi para pelari.

2. Perubahan Sosialpada Masyarakat

Mulai terjadi perubahan sosial dalam pertumbuhan masyarakat Jakarta, masyarakat Jakarta menjadi masyarakat yang identik dengan hal-hal yang modern, terjadi perubahan fungsi dan kebudayaan pada hampir setiap kegiatan masyarakat Jakarta. Masyarakat Jakarta yang modern ini sering disebut sebagai masyarakaturban. Penjelasan tersebut mendukung teori perubahan sosial yang dikemukakan oleh Abdulsyani (dalam Anugrah dan Kresnowati, 2008: 144), perubahan sosial merupakan perubahan fungsi kebudayaan dan masyarakat dari keadaan tertentu ke keadaan yang lain.

Perubahan sosial mengakibatkan masyarakat urban Jakarta menjadi masyarakat yang sebagian besar warganya mempunyai orientasi nilai budaya yang terarah ke kehidupan dalam peradaban dunia masa kini.Perubahan sosial tersebut menjadikan kesadaran masyarakat akan kegiatan lari semata-mata hanya sebagai suatu *trend*.

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia, *trend* adalah bergaya modern, sehingga lari sendiri saat ini dijadikan sebagai gaya hidup modern bagi masyarakat urban. *Trend* itu sendiri lama kelamaan akan luntur jika dilihat dari pengalaman masyarakat Indonesia terutama Jakarta akan olahraga selama ini.

Perubahan sosial yang terjadi pada masyarakat menjadikan suatu kegiatan lari juga dijadikan sebagai ajang untuk bersosialisasi atau ajang untuk berkumpul bahkan suatu ajang gaya hidup modern. Sehingga olahraga tersebut bukan hanya dijadikan sebagai pola hidup sehat, melainkan sebagai sebuah *trend*. Hingga akhirnya muncul kegiatan *fun run*atau kegiatan lari rekreasi.

Akan ada pada waktunya *trend* tersebut lama kelamaan menghilang. Perubahan sosial yang terjadi pada masyarakat kemudian merubah fungsi lari tersebut bergeser dari kegiatan aslinya.Sistem sosial masyarakat yang semakin modern mengubah makna dari lari tersebut menjadi suatu ajang sosialisasi pada masyarakat.

Terjadi pergeseran fungsi olahraga dikarenakan adanya perubahan sosial yang terjadi dalam masyarakat dalam kurun waktu tertentu. Perubahan sosial dapat dibayangkan sebagai perubahan yang terjadi di dalam atau mencakup sistem sosial.Lebih tepatnya, terdapat perbedaan antara keadaan sistem tertentu dalam jangka waktu yang berlainan.

Perubahan sosial pada masyarakat urban dan pergeseran tujuan

olahraga tersebut menjadi olahraga rekreasi kemudian memunculkan berbagai jenis kegiatan lari rekreasi atau *fun run* yang tujuannya memang sebagai ajang untuk memenuhi keinginan atau kehendak yang timbul untuk bersenang-senang atau memberi kepuasan. Hal tersebut kemudian didukung dengan pertumbuhan kelas menengah masyarakat Indonesia terutama Jakarta sangat tinggi, sehingga masyarakat Jakarta senang dilayani, mencoba hal baru, tahu sedikit banyak tentang *trend* di luar negeri (Kompas, 27 September 2014).

3. Budaya Populer

Kegiatan kekinian ini merupakan suatu budaya populer karena termasuk dalam karakteristik budaya populer, yakni:

a. Budaya populer adalah suatu hal yang disukai oleh banyak orang

Budaya populer memang budaya yang menyenangkan atau disukai banyak orang.Ada satu titik awal (pertama) yang menyatakan bahwa budaya pop itu memang budaya yang menyenangkan atau banyak disukai orang (Storey, 2003: 10).

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis telah dilakukan, *The Color Run* CIMB Niaga adalah suatu budaya populer yang sedang diminati oleh banyak orang dan menjadi suatu *trend* yang disukai oleh banyak orang. Kegiatan ini diadakan dalam 2 kali 1 tahun.Dalam acara ini, peserta yang berpartisipasi adalah 11.000 peserta pada acara pertama dan 13.000 peserta pada acara kedua.

Selain itu, antusiasme juga dapat terlihat dari berbagai permintaan masyarakat untuk mengadakan kegiatan ini diberbagai daerah dan permintaan untuk memperbanyak jumlah tiket.Penjualan tiket yang habis sebelum tanggal penargetan penjualan tiket juga menandai salah satu antusiasme masyarakat urban terhadap kegiatan ini.

b. Budaya populer sebagai budaya massa

John Storey (2003: 13) juga mendefinisikan budaya pop sebagai budaya massa. Definisi ini menyatakan bahwa budaya populer adalah budaya massa dengan tujuan menegaskan bahwa budaya massa, diproduksi massa untuk konsumsi massa. Audiensnya adalah sosok-sosok konsumen yang tidak memilih.

Kegiatan ini merupakan kegiatan yang ditujukkan untuk massa, dapat terlihat dari pesertanya yang heterogen, yang berasal dari kelas

sosial, jenis pekerjaan, latar belakang, usia yang berbeda, dan sebagainya. Kondisi fisik juga tidak dibatasi dalam kegiatan ini.Selain itu, peserta dari kegiatan ini adalah konsumen yang tidak memilih.

c. Budaya populer adalah budaya yang berasal dari rakyat

Menurut John Storey (2003: 14), budaya populer adalah budaya yang berasal dari rakyat. Budaya pop adalah budaya otentik rakyat.Budaya populer merupakan budaya yang berasal dari rakyat untuk rakyat.Budaya ini adalah suatu budaya yang awalnya diadaptasi dari suatu budaya yang kemudian dimodifikasi sedemikian rupa sehingga menjadi suatu budaya baru demi nilai komersial.

Kegiatan ini merupakan suatu kegiatan yang berasal dari budaya rakyat yakni budaya *holi festival* yang berasal dari India.Kegiatan ini merupakan suatu kegiatan yang dibuat oleh rakyat untuk rakyat dengan mencampurkan beberapa kebudayaan sehingga menjadi suatu hal yang menarik dan dapat diterima oleh masyarakat.

d. Budaya populer merupakan hasil kapitalisme industri

Budaya populer seolah-olah memperoleh pembenaran untuk hidup dan berkembang. Kini segala sesuatu disulap menjadi budaya massa dan budaya populer demi tujuan memperbesar keuntungan. Budaya massa ini dipahami sebagai budaya populer yang diproduksi melalui teknik produksi massal dan diproduksi demi keuntungan. Budaya massa adalah budaya komersial, produk massal untuk pasar massal (Strinati, 2004: 10).

Kegiatan yang berasal dari rakyat dimodifikasi hingga menjadi komersil demi memperoleh keuntungan sebesar-besarnya.Kegiatan lari yang awalnya adalah suatu *trend* yang sedang berkembang di kalangan masyarakat kemudian dimanfaatkan sebagai medium, agar kegiatan yang dibuat dapat diikuti oleh siapapun.Selain itu, penyelenggara dari kegiatan ini memanfaatkan kegiatan ini agar memberikan keuntungan baik dalam segi materi atau ekonomi maupun *branding* atau *brand presence* dari kegiatan dan perusahaan.

e. Budaya populer adalah masalah keseharian, dapat dinikmati oleh semua orang atau kalangan orang tertentu

Budaya populer adalah budaya yang dibuat sehingga berhubungan dengan masalah keseharian, agar dapat dengan mudah diadaptasi dan diterima oleh khalayak yang menerima budaya populer tersebut. menyatakan, kebudayaan populer banyak berkaitan dengan masalah

keseharian yang dapat dinikmati oleh semua orang atau kalangan orang tertentu (Bungin, 2008: 100).

Kegiatan lari adalah suatu hal keseharian yang dapat dinikmati oleh siapapun, karena dapat terlihat sudah menjadi hal keseharian dari masyarakat Jakarta. Kegiatan lari sudah menjadi suatu *trend* gaya hidup modern yang sedang dianut oleh masyarakat Jakarta. Lari telah menjadi suatu ajang atau wabah baru yang digeluti oleh masyarakat urban. Kegiatan ini dibuat berdasarkan masalah keseharian agar dapat dengan mudah diadaptasi oleh masyarakat.

f. Budaya populer menekankan unsur fantasi dan kesenangan

Sebagaimana yang dijelaskan bahwa budaya populer menekankan unsur fantasi serta ilusi kesenangan, budaya populer lebih banyak mempertontonkan sisi hiburan, yang kemudian mengesankan lebih konsumtif.Hiburan merupakan kebutuhan pribadi masyarakat yang telah dipengaruhi oleh struktur kapitalis. Prinsip-prinsip yang menonjol dalam hiburan adalah kesenangan yang tertanam dan menjelma dalam kehidupan manusia, sehingga pada saat lain akan menjelma membentuk kebudayaan manusia (Bungin, 2008: 102).

Kegiatan ini memiliki tagline "*Happiest 5k on the Planet*", agar masyarakat dapat mengimbangi kegiatan olahraga dan kesenangan.Unsur warna yang diambil adalah sesuatu yang identik dengan kesenangan dan kebahagiaan.Oleh karena itu kegiatan ini menekankan unsur fantasi dan kesenangan yang memang terdapat dalam unsur dibuatnya kegiatan ini.

g. Budaya populer menggunakan media massa sebagai agen

Dalam mensosialisasikan kegiatan *The Color Run* CIMB Niaga, pihak industri atau pihak penyelenggara menggunakan media massa sebagai agen yang digunakan dalam penyebaran budaya populer, agar pemberitaan bisa sampai kepada masyarakat.

Dalam budaya populer, media massa ikut mempengaruhi pembentukan budaya populer atau budaya massa yang dikonstruksikan kepada masyarakat (Bungin, 2008: 99). Media massa adalah institusi yang menghubungkan seluruh unsur masyarakat satu dengan lainnya dengan melalui produk media massa yang dihasilkan.

Pihak penyelenggara menggunakan media massa sebagai agennya dalam mempromosikan dan mensosialisasikan kegiatan ini agar maksud pesannya dapat tersampaikan kepada masyarakat urban Jakarta. Pihak

penyelenggara menggunakan media konvensional, baik media cetak dan media elektronik.Selain itu pihak penyelenggara terutama menggunakan media *online* yang merupakan media yang paling dekat terhadap masyarakat urban.Media luar ruang juga dipergunakan untuk melakukan sosialisasi terhadap masyarakat urban.

Karakter khas budaya massa dan budaya populer yang bersifat massal, dangkal, mengedepankan penampakan ketimbang makna dan kedalaman sekaligus mengisyaratkan lebih diterimanya simbol status, prestise, penampilan dan gaya ketimbang manfaat atau makna, sehingga merebaknya persaingan gaya hidup (Hidayat, 2012: 117).

4. Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan ciri sebuah dunia modern, atau yang biasa juga disebut modernitas. Masyarakat modern sangat berhubungan dengan gayahidup, setiap masyarakat modern akan menggunakan gagasan tentang gaya hidup untuk menggambarkan tindakannya sendiri.

Chaney menjelaskan gaya hidup sebagai gaya, tata cara, atau cara tertentu, yang sangat bergantung pada bentuk-bentuk kebudayaan, meski bukan merupakan totalitas pengalaman sosial. Dari berbagai pemaknaan tersebut, gaya hidup dilihat sebagai wujud paling ekspresif dari bagaimana cara manusia menjalani dan memaknai kehidupannya. Gaya hidup adalah sesuatu yang identik dengan pola hidup masyarakat urban atau modern.Gaya hidup masyarakat yang terbentuk dari kegiatan ini adalah suatu pola hidup yang aktivitasnya untuk mencari kesenangan. Gaya hidup masyarakat urban Jakarta yang tujuan hidupnya hanya untuk kesenangan serta kenikmatan demi kepuasan batin semata.Manusia rela melakukan hal apapun dan hanya memikirkan hal-hal yang bersifat sekuler demi memenuhi kesenangan duniawinya.

Hal ini menyatakan bahwa gaya hidup yang terbentuk dari kegiatan ini adalah gaya hidup hedonisme. Hedonisme berasal dari bahasa Yunani, “hedone” yang artinya nikmat atau kegembiraan. Hedonisme bertolak dari anggapan bahwa manusia hendaknya hidup sedemikian rupa sehingga ia dapat semakin bahagia.

Kesimpulan

The Color Run merupakan budaya populer karena termasuk dalam kriteria disukai banyak orang dan ditujukan sebagai konsumsi massa.

Selain itu, merupakan budaya yang berasal dari rakyat serta ditujukan penyelenggara untuk memperoleh keuntungan. Budaya populer ini juga merupakan masalah keseharian yang menekankan unsur fantasi, kesenangan dan hiburan yang menggunakan media massa sebagai agen budayanya.

Gaya hidup yang dicitrakan dari kegiatan ini adalah gaya hidup hedonisme, yang aktivitasnya untuk mencari kesenangan demi kenikmatan duniawi. Selain itu, simbol status juga merupakan penggambaran gaya hidup hedonisme masyarakat urban di Jakarta.

Daftar Pustaka

Buku

Anugrah, Dadan dan Winny Kresnowati. 2008. *Komunikasi Antar Budaya Konsep dan Aplikasinya.* Jakarta: Jala Permata

Bungin, Burhan. 2008. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Hidayat, Medhy Aginta. 2012. *Menggugat Modernisme: Mengenali Rentang Pemikiran Postmodernisme Jean Baudrillard.* Yogyakarta: Jalasutra

Kriyantono, Rakhmat. 2006. *Teknis Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi, Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Moleong, J. Lexy. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif.* Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Rukmono, Suryanto, dkk. 2009. *Sukses Ulangan SD Kelas 3.* Jakarta: WahyuMedia

Storey, John. 2003. *Teori Budaya dan Budaya Pop: Memetakan Lanskap Konseptual Cultural Studies.* Yogyakarta: Qalam

Strinati, Dominic. 2004. *Popular Culture: Pengantar Menuju Teori Budaya Populer.* Yogyakarta: Bentang

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan.* Bandung: Alfabeta

Sumber Kamus:

Salim, Peter dan Yenny Salim.1995. *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer.* Jakarta: Modern English Press

Sumber *Online*:

Kemenpora. (2011, 9 September). *Menpora pada Peringatan HAORNAS: Jadikan Olahraga Sebagai Gaya Hidup Modern.* Diperoleh pada 11 September 2014.<http://kemenpora.go.id/index/preview/berita/4447/2011-09>

Marketeers.(2014, 19 Juni). *Ketika Lari menjadi Bagian Gaya Hidup Modern*. Diperoleh pada 11 September 2014.<http://www.the-marketeers.com/?post=ketika-lari-menjadi-bagian-gaya-hidup-modern>

Reader's Digest. (2014, 12 September). *Persiapan Mengikuti Lomba Lari.* Diperoleh pada 13 September 2014.<http://m.readersdigest.co.id/article/mobArticleDetail.aspx?mc=005&smc=003&ar=238>

KOMUNIKASI BUDAYA, PARIWISATA DAN RELIGI

Mengaitkan kata komunikasi budaya, pariwisata dan religi dalam sebuah bahasan tentu tidak mudah. Sebab, ketiganya mempunyai dasar pijakan yang berbeda dan itu menentukan bagaimana kata-kata itu dipahami. Komunikasi obyek formalnya jelas, yakni pesan, jika dikaitkan dengan budaya bisa berarti pesan-pesan yang berkaitan dengan budaya. Pariwisata lebih kompleks lagi. Membahas pariwisata tidak akan lepas dari sesuatu yang berhubungan dengan material, katakanlah keuntungan dengan dampak positif atau negatif.

Buku *Komunikasi Budaya, Pariwisata, dan Religi* mempunyai nuansanya tersendiri dengan berbagai tujuan dan kepentinan tersendiri. Buku ini adalah sebuah ikhtiar untuk menyadarkan pada kita bahwa ada banyak hal yang masih perlu dilakukan untuk kemajuan dan keadaban bangsa yang muktikultur ini. Salah satu usaha konkrit dan cerdas itu adalah mendokumentasikan setiap pemikiran kalangan akademis agar bisa dipakai untuk bahan acuan para pengambil kebijakan dan pelajaran pada generasi selanjutnya. Di sinilah buku ini punya relevansi kuat dengan berbagai hal. Selamat membaca.